



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
JORNALISMO

**VIDA DE FOCA: uma análise do projeto  
de treinamento do jornal O Estado de S. Paulo**

**CLARICE DE OLIVEIRA CUDISCHEVITCH**

RIO DE JANEIRO

2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
JORNALISMO

**VIDA DE FOCA: uma análise do projeto  
de treinamento do jornal O Estado de S. Paulo**

Monografia submetida à Banca de Graduação como  
requisito para obtenção do diploma de  
Comunicação Social/ Jornalismo.

**CLARICE DE OLIVEIRA CUDISCHEVITCH**

**Orientador: Prof. Dr. William Dias Braga**

RIO DE JANEIRO

2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

## TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Vida de foca: uma análise do projeto de treinamento do jornal O Estado de S. Paulo**, elaborada por Clarice de Oliveira Cudishevitch.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia ...../...../.....

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof. Dr. William Dias Braga  
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ  
Departamento de Comunicação - UFRJ

Profa. Cristiane Henriques Costa  
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ  
Departamento de Comunicação - UFRJ

Profa. Patricia Cecilia Burrowes  
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ  
Departamento de Comunicação – UFRJ

RIO DE JANEIRO

2013

## **FICHA CATALOGRÁFICA**

CUDISCHEVITCH, Clarice de Oliveira.

Vida de foca: uma análise do projeto de treinamento do jornal O Estado de S. Paulo. Rio de Janeiro, 2013.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –  
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação  
– ECO.

Orientador: William Dias Braga

## AGRADECIMENTO

A meu orientador, Prof. Dr. William Dias Braga, por não me abandonar e me incentivar mesmo com uma mudança para São Paulo e uma mudança de tema.

À minha família que, sabendo que eu não tinha muito tempo, me pressionava e cobrava evolução no trabalho, não me deixando esmorecer.

À minha querida turma de focas, que foi quem deu sentido a este trabalho com depoimentos e sugestões e que fez com que minha temporada em São Paulo fosse especial.

À coordenação do “Focas”: Carla Miranda, Marisa Oliveira e Marilena Oliveira, que foram compreensivas e atenciosas, me dando acesso aos relatórios e respondendo às minhas perguntas infinitas.

Aos meus amigos, que ouviram meus desabafos.

CUDISCHEVITCH, Clarice de Oliveira. **Vida de foca: uma análise do projeto de treinamento do jornal O Estado de S. Paulo.** Orientador: William Dias Braga. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

## RESUMO

Este trabalho analisa os programas de treinamento em jornalismo oferecidos pelas empresas de comunicação e os motivos de sua criação, levando-se em conta temas como a qualidade do ensino superior nessa área, a exigência do diploma, a crise da profissão e a dualidade entre teoria e prática. A pesquisa se baseia em um estudo de caso sobre um dos principais programas brasileiros desse tipo, o *Curso Intensivo de Jornalismo Aplicado do Estado*, conhecido como “Focas”. Para tanto, foram feitas entrevistas com os participantes da 23ª edição do curso, realizada no segundo semestre de 2012, com o intuito de demonstrar as vantagens e desvantagens do programa. O projeto também inclui um histórico do Grupo Estado, responsável pela criação do “Focas” e que engloba o jornal *O Estado de S. Paulo*, um dos principais do país.

## ÍNDICE

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>1</b>
<b>2. A CRIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE TREINAMENTO EM JORNALISMO PELOS VEÍCULOS.....</b>	<b>6</b>
2.1. Por que criar cursos dentro das próprias empresas?.....	6
2.2. O diploma de jornalismo.....	10
2.3. Teoria x prática; academia x mercado.....	17
<b>3. OFERTAS E DEMANDAS DOS CURSOS DE TREINAMENTO NOS VEÍCULOS.....</b>	<b>22</b>
3.1. O mapeamento do <i>Itaú Cultural</i> .....	22
3.1.1. O que o mercado procura.....	23
3.1.2. Os problemas mais presentes.....	24
3.2. O que os cursos ofertam.....	26
<b>4. O CURSO INTENSIVO DE JORNALISMO APLICADO DO ESTADO.....</b>	<b>30</b>
4.1. A história do Grupo Estado.....	30
4.2. “Adestrando focas” .....	36
4.3. Estudo de caso.....	44
4.3.1. Vantagens do curso para os alunos e para o Grupo Estado na visão dos focas.....	46
4.3.2. Aspectos negativos do curso na visão dos focas.....	47
4.3.2.1. Inovação x conservadorismo.....	50
4.3.2.2. Um jornal a menos.....	52
4.3.2.3. O <i>ranking</i> e o <i>Foco nos Focas</i> .....	54
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>58</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A regulamentação da profissão de jornalista, em 1969, instituiu a obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão. Até então, existiam poucos cursos de ensino superior em jornalismo no Brasil, e a maioria dos profissionais tinha aprendido o ofício na prática. A partir daí, mais cursos foram sendo criados, havendo uma explosão deles nos anos 90. Ainda assim, o ensino superior de jornalismo não estava estabilizado e não tinha a qualidade necessária para preparar o profissional para as redações.

Nesse contexto, algumas empresas de comunicação começaram a lançar seus próprios cursos de treinamento em jornalismo, com o objetivo de preparar os jovens saídos das faculdades de acordo com as demandas dos veículos. Nos anos 80 e 90, foram criados os principais programas de treinamento de jornalistas: o *Curso Abril de Jornalismo*, o *Programa de Treinamento da Folha* e o *Curso Intensivo de Jornalismo Aplicado do Estado*.

O treinamento em jornalismo do Grupo Estado é o objeto deste trabalho. Oferecido desde 1990, ano de sua criação, o *Curso Intensivo de Jornalismo Aplicado* forma, a cada ano, geralmente 30 alunos, os “focas”. Com aulas teóricas e prática na redação, o curso busca capacitar jornalistas recém-formados ou estudantes no último ano da graduação em jornalismo.

Ao longo de três meses e meio, os focas conhecem a estrutura do Grupo Estado, que integra o jornal *O Estado de S. Paulo*, a *Agência Estado*, o portal *Estadão*<sup>1</sup>, a *Rádio Estadão* e a *TV Estadão*<sup>2</sup>, e têm a chance de atuar em cada um desses veículos. O foco deste trabalho é a última edição do “Focas” (nome pelo qual o *Curso Intensivo de Jornalismo Aplicado* também é conhecido), a 23ª, realizada entre os dias 3 de setembro e 14 de dezembro de 2012 e da qual participei.

No segundo capítulo, explica-se o contexto da criação desses programas de treinamento pelas empresas de comunicação – os motivos que levaram os grupos à necessidade de formar os iniciantes na carreira jornalística conforme suas próprias demandas, bem como associa-se a este tema a polêmica em torno da exigência do diploma de jornalismo para o exercício da profissão. São apresentados argumentos favoráveis e contrários à obrigatoriedade do diploma e como essa questão se encaixa no tema deste trabalho. Além disso, são citados autores que falam sobre a qualidade do ensino superior em jornalismo, além do embate entre teoria e prática existente nessa área de atuação.

---

<sup>1</sup> [www.estadao.com.br](http://www.estadao.com.br).

<sup>2</sup> Além de empresas na área de classificados e listas telefônicas, que não serão abordadas neste trabalho.



No terceiro capítulo, analisam-se as ofertas e as demandas das empresas com a criação desses cursos, tendo como base um estudo, organizado pelo professor Nísio Teixeira, que mapeou os programas de treinamento em jornalismo oferecidos pelas empresas no Brasil. Explica-se brevemente a estrutura de dois dos principais cursos nesses moldes: do Grupo Abril e do Grupo Folha, apresentando o que eles têm a oferecer aos participantes.

No quarto capítulo, trata-se especificamente do objeto de estudo deste trabalho: o *Curso Intensivo de Jornalismo Aplicado* do Grupo Estado. Antes, traça-se um histórico da empresa, explicando a criação do seu principal veículo, o jornal *O Estado de S. Paulo*, e como ele se tornou um dos jornais mais importantes do Brasil. Em seguida, explica-se a estrutura do “Focas”, as atividades dos participantes durante os três meses e meio, o método de seleção deles e a forma a partir da qual são avaliados, que pode culminar em uma eventual contratação.

Por fim, faz-se um estudo de caso da 23ª edição do curso, a partir de entrevistas e conversas com os participantes. Nesta parte, me permiti utilizar um tom mais informal, uma vez que apresento a visão da última turma de focas do curso extraída de bate-papos, presenciais e virtuais, estes através de redes sociais. É importante frisar que não é citado o nome de nenhum foca. Optei por manter o anonimato deles porque acredito que, desta forma, obterei respostas mais contundentes que representariam visões mais sinceras em relação à experiência vivida. Ademais, não acredito que expor os nomes de meus colegas traria contribuições ao trabalho.

No estudo de caso, vou apresentar a visão dos focas acerca do curso a partir de pontos específicos. Antes, são abordadas as perspectivas desses jovens jornalistas em relação a seu campo de atuação tendo em vista a crise atual, influenciada, principalmente, pela informatização da sociedade. Em seguida, mostro as vantagens de se participar do programa tanto para os participantes quanto para o Grupo Estado, sob a ótica da última turma. O último item abordado são os aspectos negativos do curso observados pelos focas, enfatizando três deles.

Para contextualizar a pesquisa sobre o tema, tive preferência por autores brasileiros e cujos trabalhos não tivessem sido publicados há muito tempo, uma vez que o jornalismo é um campo em transformações aceleradas e trabalhos mais antigos poderiam não se adequar aos pontos que eu abordaria aqui. No entanto, há exceções, como *Teoria das Comunicações de Massa*, de Mauro Wolf, e *Uma História Social da Mídia*, de Asa Briggs e Peter Burke, cujas contribuições são aplicáveis até o dia de hoje. Como base para explicar a estrutura do

“Focas”, utilizei o relatório da 22ª edição, que não está disponível ao público. Fui autorizada pela coordenação do curso a consultá-lo apenas presencialmente, no período em que participei do programa.

Optei por fazer uma análise do *Curso Intensivo de Jornalismo Aplicado do Estado* como trabalho de conclusão de curso, primeiramente, porque participei da 23ª edição. Por ter vivido essa experiência e ter adquirido uma formação teórica e prática que julgo terem sido fundamentais para complementar minha formação universitária, acredito ser capaz de discorrer sobre o tema com um embasamento que talvez não tenham aqueles que não tiveram a mesma vivência.

Por ter participado da última edição, em que Carla Miranda assumiu a coordenação do curso no lugar de Francisco Ornellas, que ocupava o cargo desde o início do “Focas”, é a esta edição que direcionarei o meu foco. Julgo ser importante fazer um trabalho sobre este tipo de formação oferecida pelos próprios veículos porque é um tema estritamente relacionado às discussões ativas sobre os rumos do jornalismo na era digital e com o fim da exigência do diploma.

Os programas de treinamento em jornalismo oferecido pelas empresas dão uma oportunidade que um iniciante na profissão dificilmente teria de outra forma, que é a experiência dentro de uma redação. O “Focas”, em específico, oferece essa oportunidade de uma forma ainda mais intensa, uma vez que, diferentemente dos cursos dos Grupos Folha e Abril, e de programas de outras empresas, inclui na sua programação a passagem dos alunos por cada uma das editorias do jornal *O Estado de S. Paulo* e pelos outros veículos do Grupo Estado, de modo que eles produzem da mesma forma que os profissionais que ali trabalham (por exemplo, assinando matérias no jornal).

Essa experiência raramente é adquirida pelos estudantes enquanto estão na faculdade e, conforme julgam muitas pessoas desse meio, principalmente os opositores à obrigatoriedade do diploma, ela é imprescindível para o estudante estar plenamente preparado para atuar como jornalista. Apesar de a base teórica ser considerada essencial para a formação do jornalista, é a prática que é vista como verdadeira formadora do profissional. E, até hoje, o ensino superior sempre foi associado à teoria, enquanto a prática é vinculada à redação.

Deste modo, tais programas de treinamento são vistos por muitos como o verdadeiro formador do jornalista e são, muitas vezes, a maior porta de entrada para o mercado. No Grupo Estado, por exemplo, o aproveitamento de focas é alto – em torno de 50% são contratados, além daqueles que são chamados para “frilas”. E não é à toa: a empresa investe

nesses estudantes justamente para moldá-los conforme suas demandas. Se os alunos não são contratados por esta empresa, certamente terão mais facilidade em encontrar outro emprego – não apenas por conta da experiência adquirida, mas também da rede de contatos que se expande consideravelmente com a passagem pelo curso.

Assim, acredito que, como participante da última edição do “Focas”, a minha visão – e a de meus colegas – pode trazer uma nova abordagem em torno deste tema, mais detalhada e pessoal. Minha intenção é fazer um trabalho esclarecedor e sincero, mostrando que, por mais que a experiência seja extremamente agregadora para quem passa por ela, também revela pontos negativos - não apenas do curso ou da empresa, mas da profissão no geral.

Não tenho o objetivo, de modo algum, de fazer propaganda do curso ou de construir uma imagem negativa do mesmo. Meu objetivo é fazer jus ao que aprendi tanto na faculdade quanto no “Focas”: informar sobre um determinado assunto com precisão, clareza e objetividade, isenta de parcialidade da melhor forma possível. Evidentemente, é algo difícil de se fazer, uma vez que fui foca recentemente. Por isso, reservei o estudo de caso para explicitar uma visão, que é estritamente pessoal.

É questionável o fato de as empresas promoverem programas de treinamento como esse levando-se em conta o momento ruim pelo qual passa o jornalismo. Essa discussão é aprofundada ao longo do trabalho. Durante todo o curso, a crise do jornal impresso foi tema de debate, especialmente por estarmos fazendo um curso cuja prioridade era nos preparar para esse tipo de veículo, quando nem ao menos sabemos qual será o seu futuro. Durante nossa passagem pelo Grupo Estado, assistimos ao fechamento do *Jornal da Tarde*, um dos mais tradicionais de São Paulo. O acontecimento foi visto com tristeza, pelos jornalistas do Grupo e por nós, que começamos a nos perguntar “o que estávamos fazendo ali”.

Entretanto, ouvindo as palestras dos dirigentes do Grupo Estado, de editores e jornalistas, nos demos conta de que não estávamos lá apenas para aprender melhor o ofício e para ter uma experiência prática na redação. Também estávamos lá para conhecer de perto a situação da nossa profissão e descobrir como nós, que estamos entrando nesse campo agora, podemos contribuir para melhorá-la. Vimos que as expectativas sobre nós são grandes – e é certo que sejam, porque, como já ouvimos mais de uma vez, somos “o futuro do jornalismo” e devemos “salvá-lo”. Como fazer isso é uma questão que abordo vagamente ao fim deste trabalho, mas que merece ser analisada de uma maneira muito mais profunda e dedicada, pois envolve estudar os rumos de uma profissão a partir de mudanças grandes.

Estão exigindo muito dos novos jornalistas, mas é porque eles devem estar preparados para entrar na profissão em um momento muito conturbado. E, se o *Curso Intensivo de Jornalismo Aplicado do Estado* nos prepara para o ofício propriamente dito – ministrando aulas teóricas sobre temas diversos, aprofundando o conteúdo ensinado nas faculdades de jornalismo e oferecendo a experiência prática –, questiono se ele nos prepara a encarar a realidade do jornalismo.

Que queremos salvá-lo, não resta dúvidas, mas não sabemos muito bem como. Sabemos que devemos ser “inovadores” e “multimídia”, mas já pudemos perceber que o problema vai muito além dessa simplificação. Por exemplo: como ser inovadores, se é difícil encontrar abertura para novidades?

De todo modo, apesar dos momentos de desânimo com a profissão, estamos dispostos a tentar. E eu, como alguém que está ingressando no jornalismo, espero que este trabalho possa contribuir com alguma orientação nesse sentido.

## **2. A CRIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE TREINAMENTO EM JORNALISMO PELOS VEÍCULOS DE MÍDIA**

A criação dos principais programas de treinamento remonta às décadas de 80 e 90, mas os motivos que levaram ao surgimento desse tipo de iniciativa vêm de épocas anteriores. Em 2012, tais programas foram tema de pesquisa de uma obra bastante interessante, elaborada pelo projeto *Rumos Itaú Cultural*. Foi feito um estudo sobre os grupos de comunicação que oferecem programas de treinamento para jovens recém-formados em jornalismo ou no último ano de graduação. O trabalho – a terceira edição de *Rumos Jornalismo Cultural – Carteira Professor* - foi publicado no livro *Mapeamento dos programas de treinamento nas empresas de comunicação em 2012 – uma relação necessária: academia e mercado*. Com a colaboração da assessoria de imprensa do Itaú Cultural, de organizações como a Associação Brasileira de Imprensa (ABI) e com o conhecimento regional do próprio grupo de professores responsável pelo mapeamento, foi feito um levantamento de 80 empresas de comunicação de todo o Brasil.

Metade delas respondeu ao questionário feito pelo grupo em relação a esse tema, e 25 dessas empresas afirmaram manter algum tipo de atividade nesses moldes, ou seja, 63% das respondentes têm alguma modalidade de treinamento – seja em forma de estágio, *trainee*, cursos, *workshops*, entre outros. Uma primeira síntese de respostas foi, então, produzida. Depois, seis dessas empresas participaram do grupo focal analisado no trabalho, para aprofundar as questões levantadas: Diários Associados, Rede Brasil Sul, Rádio e TV Amazonas, Grupo O Povo, GRPCom e Grupo Estado. Por fim, artigos autorais fecham a publicação.

No entanto, mais à frente vamos analisar a fundo os temas abordados pela pesquisa na discussão com essas empresas e a partir das respostas aos questionários. Neste momento, estudaremos o porquê da criação desses programas de treinamento dentro dos veículos e o contexto de seu surgimento, levando em consideração fatores polêmicos: a exigência do diploma de jornalismo e o embate entre teoria e prática.

### **2.1 Por que criar cursos dentro das próprias empresas?**

O contexto de criação destes cursos se relaciona com a insatisfação das empresas com o conhecimento e a experiência dos jornalistas saídos das instituições de ensino superior e, conseqüentemente, com a qualidade do ensino oferecido por elas. Oliveira (2010) afirma,

inclusive, que os cursos de treinamento nas empresas de comunicação, implementados para oferecer uma formação técnica aos novos jornalistas, acabam se constituindo como uma concorrência em relação às escolas.

[...] É talvez na manifestação daquilo que conhecemos como “cursos de treinamento via empresa”, hoje amplamente consolidados e institucionalizados no ambiente de alguns dos maiores veículos de comunicação do País, que esta dimensão formativa associada ao âmbito das redações ganhe maior representatividade - porque é reveladora de um trabalho pedagógico de formação da competência técnica das novas gerações de jornalistas, que estabelece uma espécie de luta concorrencial, ainda que não explicitada como tal, em relação às agências de ensino. A partir destes cursos, é possível compreender que as elites dirigentes de alguns veículos reivindicam a autoridade técnica e o poder social para treinar as novas gerações no tipo de competência considerada adequada para a prática do jornalismo e investem numa concepção de profissionalização forjada no próprio ambiente produtivo. (OLIVEIRA, 2010:7)

O organizador do mapeamento feito pelo *Rumos Itaú Cultural*, autor do primeiro capítulo e professor adjunto do curso de jornalismo da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Nísio Teixeira, afirma que falta preparo dos jovens formados na área, cabendo aos veículos a responsabilidade pela formação adequada:

Nota-se cada vez mais rarefeita a formação humanista dos alunos ou recém-formados que chegam aos programas de treinamento ou estágio das empresas de comunicação. Muitos chegam com uma razoável experiência prática, mas que, ao final, não encontra a proporção equivalente e necessária em formação cultural. Observa-se uma “troca de papéis”, para usar um termo presente nas análises que encerram esta publicação: os cursos estão ensinando mal e, muitas vezes de forma mimética e sem experimentação, a prática. Caberia às empresas assegurar o cabedal mínimo de formação necessário ao jornalista, incluindo procedimentos lógicos de redação no texto e o mínimo conhecimento e domínio da língua portuguesa. (TEIXEIRA, 2012:9)

Na página institucional sobre o “Focas” no site do *Estadão*, há um artigo de Julio César Mesquita, que integra a direção do jornal, intitulado *Uma questão ética*, que menciona a “incapacidade” das instituições de ensino superior brasileiras em preparar o estudante de Jornalismo para as demandas atuais da imprensa:

As escolas brasileiras, quase 30 anos após se tornar obrigatório o diploma específico de jornalista, mostram-se incapazes de acompanhar a evolução técnica da área. Ou mesmo conquistar para sua docência os mais competentes jornalistas do País. O resultado é que, a cada ano, cerca de 2.500 novos “jornalistas” deixam os cursos do Brasil. São jovens que tentam

ingressar no mercado trazendo, além do desempenho pessoal, um diploma que na maioria das vezes não lhes agrega conhecimento profissional com a qualidade que a imprensa de hoje exige. (MESQUITA, 2008)<sup>3</sup>

A opinião de Nísio Teixeira e de Julio César Mesquita, de que a má qualidade dos cursos de jornalismo estimulou o surgimento dos treinamentos dentro dos veículos, é partilhada por LOBO (2010) e GHEDINI (1998), que também relaciona ao fato a proibição, em 1979, da contratação de estagiários pelas empresas jornalísticas:

Para explicar o surgimento dessas iniciativas, não basta dizer que eram uma ingerência indevida das empresas em uma área que não lhes competia atuarem. De um lado, as escolas de jornalismo não preparavam os novos profissionais para o mercado de trabalho, ou pelo menos não os preparavam da forma que atendessem às expectativas das empresas. De outro, havia a proibição legal, desde 1979, para a contratação de estagiários por parte das empresas. Quase 20 anos depois de instituída, essa norma legal permanecia inalterada, devido principalmente ao temor dos meios sindicais dos jornalistas de que as empresas voltassem a utilizar o estágio para a contratação de mão de obra barata, como já haviam feito antes de 1979 (e como várias delas voltaram a fazer, mesmo depois da proibição legal). (GHEDINI *apud* LOBO, 2010:16)

A iniciativa dos veículos de comunicação em criar cursos de treinamento remonta à criação da revista *Veja* pelo Grupo Abril em 1968 (LOBO, 2010) quando, por conta da falta de profissionais disponíveis no mercado, foi necessário treinar um novo grupo de jornalistas. Para Lobo (2010), esses cursos (em especial o do Grupo Estado e do Grupo Folha, que são o enfoque de sua dissertação de mestrado), são muito importantes para os aspirantes a jornalistas, atraindo jovens com perspectivas de construir carreira em um veículo renomado. Por conta disso, os processos seletivos apresentam alto índice de concorrência, em que se inscrevem a cada ano em torno de 2 mil pessoas. “Muitas vezes, é a primeira relação com o ambiente profissional jornalístico (principalmente no Grupo Folha, por não exigir o diploma) sendo encarada como uma espécie de rito de passagem ou iniciação após o qual podem então ser realmente chamados de jornalistas” (LOBO, 2010:17). O autor afirma, ainda, que esses cursos são um processo de triagem, ainda que não seja enfatizado, porque os veículos tendem a absorver boa parte dos “*trainees*”. Mas também causa frustração nos participantes, pois estes esperam uma contratação iminente que nem sempre se concretiza (LOBO, 2010).

O processo de socialização dos novatos ao ambiente de trabalho no jornalismo é contíguo à extensa jornada da profissão, que muitas vezes ultrapassa 12 horas diárias mesmo em cargos de alto prestígio. A produção

---

<sup>3</sup> Disponível em [http://www.estadao.com.br/talentos/index\\_2012.htm](http://www.estadao.com.br/talentos/index_2012.htm). Acesso em 23 de janeiro de 2013.

informativa segue uma ritualização diária, em que os saberes e fazeres do campo são apreendidos e incorporados (padrões textuais, padrões corporais em situações de interação, padrões de avaliação sobre a importância ou não de fatos noticiáveis). (LOBO, 2010:18)

Ghedini (1998) também contextualiza a criação de tais cursos a partir das diferenças de perfil dos jornalistas de épocas diferentes. Ele afirma que, enquanto os jornalistas das décadas de 70 e 80 eram mais engajados, até por terem vivido momentos políticos mais conturbados, os saídos da faculdade na década de 90 estavam mais preocupados com o sucesso na carreira. Deste modo, muitos jornalistas já experientes acabavam sendo demitidos das redações, muitas vezes por não estarem de acordo com as diretrizes do jornal, e sendo substituídos pelos novatos, mais dispostos a aceitar imposições - conforme afirma Darnton, citado por Lobo (2010:15), o repórter em treinamento é mais “vulnerável e maleável”.

Sem referências anteriores que pudessem servir como parâmetro, os novos jornalistas que chegavam às redações nos anos 90, assumiam uma atitude de aceitação responsável das circunstâncias envolvendo o exercício da profissão. Confundiam disponibilidade para encarar, transmitir e analisar os fatos, com disponibilidade irrestrita ao trabalho em termos de cargas horárias muito acima do que diz a legislação da profissão – e mesmo a legislação trabalhista. O que contrasta com as gerações de jornalistas que chegaram às redações anteriormente, nos anos 70 e 80, que vinham de uma vida política mais agitada: a participação no movimento estudantil gerava um perfil de profissional inquieto, questionador do *status quo*. Nos anos 90, o jovem que se candidatava a uma vaga era mais preocupado com sua própria carreira, predisposto a aceitar as regras do mercado como as únicas a determinarem o exercício profissional, ciente da necessidade de competir bravamente para garantir uma vaga na profissão. (GHEDINI *apud* LOBO, 2010:48)

Dentro desse panorama, o curso de *trainees* atua como uma peça estratégica nas mudanças da década de 80. Corroborando em parte o discurso dos jornalistas veteranos é inegável constatar que os novatos já são socializados no ambiente “profissional” dentro de uma nova modelagem, o que diminui entraves à imposição/implantação de normas e, no limite, implica a substituição dos jornalistas estabelecidos pela juventude saída dos cursos de jornalismo. (LOBO, 2010:48)

Nesse período, também contribuiu para a iniciativa das empresas jornalísticas em lançar seus próprios cursos de formação em jornalismo a informatização das redações, que provocou demissões em massa. Conforme afirma Lobo (2010), esse processo resultou em atritos nas redações por provocar a demissão de revisores, cuja atividade não tinha mais a mesma importância com o uso de computadores. Além disso, a necessidade de aprender esse novo modo de produzir jornalismo, frente às reformulações tecnológicas, “demarcou uma cisão geracional entre os jornalistas consolidados e a nova geração diplomada saída das



faculdades e que colaborou para justificar a implantação de um curso para preparar os novos profissionais”. (LOBO, 2010:50). É importante destacar também que os cursos universitários não acompanharam a evolução tecnológica das redações, de modo que os laboratórios das escolas ainda usavam máquinas de escrever quando a comunicação se informatizava e se tornava multimídia. (ROCHA *et al* in: TEIXEIRA, 2012)

Com as redações informatizadas, ficou ainda mais evidente a distância existente entre o preparo oferecido pelos cursos de graduação e as qualificações exigidas pelas empresas por parte de seus profissionais. O que só veio a favorecer os cursos das empresas na comparação inevitável com os cursos de graduação. (GHEDINI *apud* LOBO, 2010:49)

Os novatos na profissão também representavam uma vantagem estratégica para as empresas no contexto da crise vivida a partir das décadas de 70 e 80, período em que a contratação de *free-lancers* (“frilas”) e de jornalistas transformados em pessoas jurídicas (“pejotas”) começou a ser uma realidade no meio jornalístico, na tentativa de redução de gastos.

Os anos 1970 e, principalmente, 1980 começam a marcar as mudanças mais profundas, tendo, de um lado, a assimilação pelos veículos de seu caráter empresarial e, de outro, a maior profissionalização dos jornalistas, fruto ainda da regulamentação de 1969 e da luta sindical. A transição não se faz de forma indolor. As empresas jornalísticas brasileiras, obrigadas à competição trazida pela globalização da economia e pelo surgimento das novas mídias, e tendo perdido algumas benesses oficiais, mergulham em crise. Junto com esta entra em crise também o mercado profissional, que passa a ser predominantemente marcado pela redução salarial e pela introdução de subterfúgios destinados a driblar a legislação trabalhista. É a fase, ainda vigente, de contenção salarial; do crescimento espantoso da utilização do noticiário de agências e de *press-releases* para substituir a contratação de profissionais; da contratação de *free-lancers*, sem garantias trabalhistas, pois os profissionais são obrigados a se transformarem em pessoas jurídicas. Com todos os riscos de perda de qualidade que essas práticas acarretam. (NEVEU *apud* LOBO, 2010:50-51)

## 2.2 O diploma de jornalismo

Uma questão que sempre foi controversa no jornalismo é a da exigência do diploma de curso superior. O capítulo mais recente<sup>4</sup> nesta polêmica foi o fim da exigência do diploma para o exercício da profissão por parte do Supremo Tribunal Federal, em junho de 2009. Na visão dos ministros do STF, exigir o diploma de jornalismo é restringir a liberdade de

---

<sup>4</sup>No entanto, em agosto de 2012, o Senado aprovou a proposta de emenda constitucional que estabelece a exigência de diploma de jornalismo, que agora deve ser votada pela Câmara e pode, em seguida, ser sancionada pela presidente da República. Durante a elaboração deste trabalho, a PEC ainda não havia sido votada na Câmara.

expressão. À época, o relator do processo e então presidente do STF, Gilmar Mendes, comentou que o fato de um jornalista ser graduado não assegura qualidade aos profissionais da área: “A formação específica em cursos de jornalismo não é meio idôneo para evitar eventuais riscos à coletividade ou danos a terceiros<sup>5</sup>”.

O STF também entendeu que o exercício desta profissão não exige qualificações profissionais e capacidades técnicas específicas (OLIVEIRA, 2010). No relatório de Gilmar Mendes<sup>6</sup>, consta que, diferentemente de profissões como a medicina ou a engenharia, por exemplo, “a profissão de jornalista, por não implicar riscos à saúde ou à vida dos cidadãos em geral, não poderia ser objeto de exigências quanto às condições de capacidade técnica para o seu exercício” (RELATÓRIO, 2009:61).

Lobo (2010) diz que, em certa vertente do campo da sociologia das profissões, o jornalismo é caracterizado como uma prática “cujo status profissional é bastante diluído pela ausência de uma base cognitiva consistente” (DINIZ *apud* LOBO, 2010: 32). O autor também atenta para o fato de que não há um conhecimento altamente especializado no jornalismo, uma *expertise*, como ocorre com as “profissões mais fortes” (BONELLI *apud* LOBO, 2010:32). Ele lembra, inclusive, que o termo “profissão” já é objeto de polêmica no meio, uma vez que muitos jornalistas antigos se referem ao jornalismo como um “ofício”, querendo contrapor-se à exigência do diploma.

No relatório, é mencionado o princípio de “autorregulação” e é recomendada a implementação de novos marcos regulatórios de entrada no jornalismo a serem definidos pelas empresas. “Os próprios meios de comunicação que devem estabelecer os mecanismos de controle quanto à contratação, avaliação, desempenho, conduta ética dos profissionais do jornalismo” (RELATÓRIO, 2009:73). Para Fausto Neto (2009), o fim da exigência do diploma representa uma acentuação da importância de um novo modelo formativo: “A decisão do STF maximiza as possibilidades dos ideais formativos das empresas, ao recomendar que o atual treinamento feito pelas universidades venha a ser realizado por iniciativas da própria organização midiático-empresarial”. (FAUSTO NETO, 2009:154) Ou seja, o STF sugere, de modo implícito, que a alternativa é que as empresas se encarreguem do treinamento e preparação dos jornalistas. “Modelo este que, em certa medida, [...], já está em funcionamento por meio de processos de capacitação e formação de mão de obra

---

<sup>5</sup> Disponível em <http://g1.globo.com/politica/noticia/2012/08/senado-aprova-exigencia-de-diploma-para-jornalistas.html>. Acesso em 20 de janeiro de 2013.

<sup>6</sup> Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u582522.shtml>. Acesso em 22 de janeiro de 2013.

desenvolvidos pelas próprias empresas, notadamente em seus cursos de treinamento.” (OLIVEIRA, 2010:6)

Particularmente, a questão relacionada com a formação dos jornalistas, tendo como cenário o ambiente da midiaticização, não pode ser reduzida a uma estreita dimensão regulatória, na medida em que tal desafio fique restrito ao domínio das empresas de comunicação, retirando-se da universidade a competência (treinamento, pesquisa e o estudo teórico) para exercer o poder formativo que lhe é inerente. Se a profissão de cozinheiro não precisa de diploma para o seu exercício, conforme o STF, a de treinador de futebol requer certificações, pelo menos em alguns países europeus, e parece ser uma tendência a ser exigida no Brasil, nos próximos tempos (FAUSTO NETO, 2009:155)

No livro *My Trade*, o escocês Andrew Marr, ex-editor do jornal *The Independent* e da revista *The Economist* afirma que o jornalista pode ser definido como qualquer um que fizer jornalismo, e que as pessoas mais propensas a tal profissão são “os bêbados, disléxicos e algumas das pessoas menos confiáveis e mais perversas da Terra<sup>7</sup>”. Marr defende também que “tudo que o jornalista precisa é ser curioso e saber farejar uma boa história. E mesmo dominando a gramática, só se aprende a escrever escrevendo”.

Gianni Carta, em seu artigo intitulado *Diploma de jornalista é idiotice* e publicado no dia 1º de dezembro de 2011 no site da *Carta Capital*<sup>8</sup>, alega que nos Estados Unidos e na Europa, o diploma não é exigido. “Lá é comum estudantes com ambições jornalísticas trabalharem nos jornais das universidades enquanto se formam em história, ciências políticas, economia, etc.” (CARTA, 2011) Ele defende que o jornalismo é aprendido na rua e cita Reali Jr.: “É preciso tirar a bunda da cadeira”.

Da mesma forma, a colunista do jornal *O Estado de S. Paulo* Lúcia Guimarães, no artigo de 13 de agosto de 2012 *Abaixo o diploma de jornalismo*, afirma que “obrigar o jornalista a ter diploma de jornalismo é como obrigar um cantor a tomar aula de voz antes de cantar no palco, uma violação da liberdade de expressão”.

Não que uma boa escola de jornalismo seja inútil, pelo contrário, a da Columbia University, aqui perto, é uma usina de grandes profissionais. Mas é uma escola de pós-graduação, você só é aceito se já escrever num nível cada vez mais raro na nossa imprensa. As redações eram a lição de anatomia do jornalista da minha geração. Hoje é indispensável aprender técnicas do

<sup>7</sup> Esses extratos podem ser conferidos no artigo *Diploma de jornalista é idiotice*, de Gianni Carta, de 1º de dezembro de 2011, no site da Carta Capital, através do link <http://www.cartacapital.com.br/politica/diploma-de-jornalista-e-idiotice/>. Acesso em 20 de janeiro de 2013.

<sup>8</sup> Disponível em <http://www.cartacapital.com.br/politica/diploma-de-jornalista-e-idiotice/>. Acesso em 20 de janeiro de 2013.

jornalismo digital. Jornalista deve estudar, acima de tudo, português e se educar em história, literatura, economia, ciência, filosofia e ciência política. Quem chega à redação passou pelo crivo de editores e competiu com seus pares, mesmo por um estágio. Não compreendo por que um graduado em economia que escreve bem seria impedido de cobrir o Banco Central e substituído por um foca que pode ser facilmente enrolado, já que não decifra a informação financeira. Não fui capaz de questionar porta-vozes do governo quando tive que substituir colegas na cobertura da negociação da dívida externa em Nova York. Não entendia bulhufas dos comunicados. (GUIMARÃES, 2012)<sup>9</sup>

A colunista encerra o artigo afirmando: “o jornalismo é um bem social importante demais para ficar nas mãos de jornalistas diplomados”. É um fato que as empresas jornalísticas e muitos jornalistas no geral se posicionam contra a exigência do diploma de curso superior em jornalismo. O autor da PEC que pede a exigência do diploma, o senador Antonio Carlos Valladares, argumentou que as empresas de comunicação se opõem ao diploma porque querem contratar mão de obra barata.

Respectivamente presidente e vice-presidente do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ), os professores Mirna Tonus e Marcelo Engel Bronosky contestaram, em artigo publicado no *Observatório da Imprensa* no dia 4 de setembro de 2012, intitulado *Defender o diploma é lutar pela qualidade no jornalismo*, o argumento de que a exigência do diploma vai contra a liberdade de expressão:

Sobre isto, devemos destacar que: 1) exigir certificação superior (diploma) para o exercício de uma atividade não fere nenhum pressuposto constitucional, nem a de jornalista. Basta lembrar que, quando o diploma de jornalismo ainda era obrigatório, qualquer pessoa poderia se manifestar livremente por qualquer meio de comunicação. Eram economistas falando/escrevendo sobre economia ou outros assuntos; eram médicos escrevendo/falando sobre saúde ou outros assuntos. E poderão continuar a fazê-lo. Além disso, historicamente, 2) os jornalistas e suas representações – Fenaj e Sindicatos dos Jornalistas – sempre estiveram à frente nas lutas pela ampliação democrática, pelo fim da censura. Ou seja, a exigência do diploma não fere a liberdade de expressão. Muito pelo contrário, oferece possibilidade de organização da atividade jornalística a partir do reconhecimento da formação superior. (TONUS & BRONOSKY, 2012)<sup>10</sup>

Os autores do artigo também contestaram o argumento de que o diploma não pode ser exigido porque os cursos superiores de jornalismo não têm qualidade adequada:

---

<sup>9</sup> Disponível em <http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,abaixo-o-diploma-de-jornalismo--,915764,0.htm>. Acesso em 22 de janeiro de 2013.

<sup>10</sup> Disponível em [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed710\\_defender\\_o\\_diploma\\_e\\_lutar\\_pela\\_qualidade\\_no\\_jornalismo](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed710_defender_o_diploma_e_lutar_pela_qualidade_no_jornalismo). Acesso em 20 de janeiro de 2013.

Ao contrário do senso comum, há, sim, várias boas faculdades de jornalismo no Brasil, reconhecidas não apenas pelo número de profissionais que se inserem no mercado de trabalho, mas também por investirem em pós-graduação, projetos de extensão, eventos científicos e por uma série de atividades que oferecem às comunidades. É claro que existem faculdades de jornalismo que não estão interessadas na formação de qualidade. Contudo, tomá-las como regra seria no mínimo imprudência. Além disso, há esforços permanentes no sentido de aumentar as exigências do MEC, como as empreendidas pelo FNPJ (Fórum Nacional de Professores em Jornalismo), que batalha pela aprovação de novas diretrizes curriculares para os cursos de jornalismo, atualmente em trâmite no CNE (Conselho Nacional de Educação) (TONUS & BRONOSKY, 2012)

A profissão do jornalista foi regulamentada em 1969, por um decreto-lei que estabeleceu conquistas importantes para os jornalistas da época, como a jornada de cinco horas, o piso salarial e a exigência do diploma específico de nível superior. No entanto, segundo Lobo (2010), por ter sido instituída durante o período militar, a lei é constantemente associada à ditadura, de modo que o diploma representaria uma materialização da censura, apesar de todas as lutas sindicais para conquistar esta e outras medidas.

A regulamentação da profissão [...] foi recebida pelos jornalistas na ocasião como uma conquista, fruto das lutas travadas nas décadas anteriores, em que o jornalismo era visto como o segundo emprego de funcionários públicos, ou então como ocupação de poetas e de boêmios. (GHEDINI *apud* LOBO, 2010: 52)

O diploma para jornalismo no Brasil se consolidou aos percalços. Na década de 40/50 o diploma era um indício de “profissionalização” ainda nascente (não existiam muitas escolas de jornalismo<sup>11</sup>), de institucionalização de um papel “profissional” para eliminar os “boêmios” do jornalismo, na mesma direção do processo que já se desenrolava nas redações. A obrigatoriedade do diploma, primeiro passo para o fortalecimento do ensino universitário do jornalismo, só acontece próximo de um contexto político nada atrativo para os interessados na profissão: ditadura militar, com censura nas redações contra o “perigo comunista”. Mas ainda persiste a concepção de que o diploma é um passo importante para os jornalistas enquanto categoria de trabalhadores. Na década de 80/90 o diploma é questionado como um entrave para a profissão, na esteira de uma crítica ferrenha contra os sindicatos. (LOBO, 2010: 53)

---

<sup>11</sup> Vale lembrar que o primeiro curso superior brasileiro de jornalismo foi criado na Faculdade Nacional de Filosofia, em 1943, no Rio de Janeiro. Em São Paulo, o exemplo mais antigo e duradouro é o da Escola de Jornalismo Cásper Líbero, criado em 1947 com o apoio do jornal *A Gazeta* e existente até hoje. Como informa Lobo (2010), no fim dos anos 80 e começo dos anos 90 começou uma grande procura por cursos de jornalismo nas universidades, cujos índices de relação candidato/vaga nos vestibulares eram altos. Mas, ao mesmo tempo, também começaram os sinais de descontentamento com o ensino oferecido, tanto daqueles que se formaram quanto dos que não ingressaram no ensino superior, por já terem suas experiências nas redações. Isso reforçou a implantação de cursos oferecidos pelas empresas. Além disso, os cursos de comunicação também tiveram períodos de indefinição quanto aos rumos que teriam.

Apesar da exigência do diploma, as empresas de jornalismo não aderiram de imediato à nova forma de recrutamento de profissionais para as redações, não apenas pela dificuldade de adaptação, mas também porque havia poucos jornalistas graduados na profissão (NEVEU *apud* LOBO, 2010). Essa situação estimulou o surgimento de novos cursos, havendo uma explosão deles nos anos 90. No contexto mundial, Briggs e Burke (2006) afirmam que o número de jornalistas aumentou na Grã-Bretanha a partir de 1860, com a participação de jornalistas formados em universidades – os “intelectuais”. Ainda assim, os jornalistas britânicos não eram treinados, como começava a acontecer nos Estados Unidos. Para eles, o jornalismo era um ofício a ser aprendido com a experiência. Muitos norte-americanos concordavam, mas a situação era outra. Em 1869, por exemplo, “bolsas de estudo para a imprensa” eram oferecidas para jornalistas pelo Washington College, na Virgínia.

O homem que concebeu o papel da universidade, Joseph Pulitzer [...], pensava que o treinamento dos jornalistas deveria se basear na contribuição que a imprensa podia dar à “ideia de progresso, especialmente progresso de justiça, civilização, humanidade, opinião pública, da noção e do ideal democráticos”. (BRIGGS & BURKE, 2002:204) [aspas do autor]

Andréa Aparecida da Luz (2010) também cita Joseph Pulitzer ao mencionar que ele rebate a crença comum de que o jornalista deve ter aptidão natural para exercer a profissão: “Para o autor, todo trabalho humano demanda treinamento e aprendizado formais, que vão além do método da tentativa e erro. [...] ‘Toda a inteligência precisa de aperfeiçoamento. A mais alta se beneficia com ele, a inferior não tem chance alguma sem ele.’”. (LUZ, 2010:259-260) A autora traz, ainda, a crítica ao argumento de que o jornalismo deve ser aprendido na redação.

A formação do jornalista na redação – defendida até os dias de hoje, por alguns setores sociais brasileiros que se mostraram a favor do fim da obrigatoriedade do diploma nessa área – é um ponto polêmico ao qual Pulitzer rebate com argumentos práticos e que parecem ainda mais válidos no cenário atual: “Ninguém numa redação tem tempo ou vocação para ensinar a um repórter cru as coisas que deveria saber antes de realizar o mais simples trabalho jornalístico. Não é isso o que os editores fazem.” (LUZ, 2010:260)

Segundo Fernanda Peixoto (1998), na década de 80, foi observada uma dura e rápida substituição dos “velhos” autodidatas pelos novos jornalistas bacharéis em comunicação social, sem nenhuma experiência profissional.

Se o “velho” jornalista não possuía formação especializada - e muitas vezes encontrava-se abrigado nas redações por razões políticas, sobretudo nos anos

60 e 70 -, o “jornalista de hoje”, mão de obra das grandes empresas jornalísticas, “aprendeu o ofício na escola, e não nas redações” (PEIXOTO, 1998:32) [aspas da autora]

Peixoto afirma ser polêmica a avaliação dos jornalistas antigos em relação à nova geração, uma vez que, “se não mais existe o completo ‘analfabeto’ de outros tempos - sem formação regular -, perderam-se os valores básicos da profissão: a reportagem, o ‘jornalismo quente’” (PEIXOTO, 1998:32).

A ambiguidade observada nos discursos em relação ao jovem profissional atinge também as falas sobre a formação do jornalista: “os cursos são fracos, não formam o profissional competente”. Por outro lado, as deficiências do autodidata são evidentes. Assim, do formando é exigida a prática: “afinal, jornalismo não se aprende na escola”. Para o profissional, por sua vez, é pedida formação teórica, sistematicamente adquirida. No que pesem as diferenças de pontos de vista sobre a formação “ideal” do profissional, fica implícita uma certa descrença em relação à definição de um curso superior adequado às necessidades do profissional. Uma frase dita *en passant* traduz o espírito geral do debate sobre a profissão: “o jornalista é, e será sempre, um autodidata” (PEIXOTO, 1998:32-33)

Como acentua Oliveira (2010), antes mesmo da decisão do STF, o espaço das redações tem sido compreendido como o lugar de aquisição dos conhecimentos sobre o fazer jornalístico.

Assim, em que pese os esforços de parte do grupo na produção de todo um discurso social sobre a necessidade da formação superior específica, a representação do jornalista que se faz na tarimba das redações, a partir de um modelo de aprendizado prático, empírico, permaneceu viva no interior do campo. [...] O treinamento *on the job* aparece como a forma legítima de aquisição/constituição de uma competência propriamente jornalística – um *savoir-faire*, cuja rentabilidade é tanto maior quanto mais extensivo e intensivo for o tempo de atividade na redação. O essencial seria interiorizado durante o cotidiano da prática, a partir dos processos de socialização no ambiente de trabalho e das interações com os outros praticantes. (OLIVEIRA, 2010:6)

Na discussão entre os representantes das empresas que compuseram o grupo focal do trabalho *Mapeamento dos programas de treinamento nas empresas de comunicação em 2012 – uma relação necessária: academia e mercado*, todos eles reconheceram a importância da formação em nível superior, pois “quem estuda vai ser um jornalista muito melhor”, conforme afirma o representante do Grupo O Povo, Plínio Bortolotti. Eles informaram que a maioria das empresas não mudou seu posicionamento ao contratar novos profissionais após a decisão do STF, mas acreditam que, se existe o questionamento sobre a obrigatoriedade do diploma, é por conta da má qualidade dos cursos de nível superior.

### 2.3 Teoria x prática; academia x mercado

Na obra *Mapeamento dos programas de treinamento nas empresas de comunicação em 2012 – uma relação necessária: academia e mercado*, Nísio Teixeira ressalta um certo paradoxo em relação à falta de importância dada aos cursos superiores de jornalismo por parte dos veículos de mídia e à exigência dos mesmos por uma formação qualificada dos novatos:

Programas e cursos de treinamento e estágio que querem moldar o candidato àquele pensamento institucional só confirmam a necessidade de aprimoramento da preparação e formação do jornalista. Tais cursos são oferecidos muitas vezes por empresas que, paradoxalmente, negam o diploma e os cursos de preparação e formação existentes nas universidades. Mas, e se a origem do problema não estiver somente no ensino médio e no fundamental do país, porém em uma sociedade midiacêntrica, em que a TV e o jornal também assumem esse papel? Caberia aqui o célebre verso de John Milton: “Aqueles que arrancaram os olhos das pessoas agora reclamam de sua cegueira”. (TEIXEIRA, 2012:9)

Teixeira (2012) ressalta que jornalistas e empresas defendem uma formação superior de qualidade na profissão, mas não se fala em nenhum tipo de ligação entre o conhecimento produzido no meio acadêmico e a prática jornalística profissional.

Na pesquisa feita com as empresas de comunicação pelo projeto do *Rumos Itaú Cultural*, foi perguntado, através de um questionário, se tais companhias mantêm algum relacionamento com as universidades. Das 40 empresas respondentes, 34 (85%) afirmaram ter algum tipo de vínculo. Ou seja, em termos quantitativos, a pesquisa aponta para uma valorização da relação entre academia e mercado.

Das seis empresas que responderam não ter relação com a universidade, duas têm programas de treinamento, sendo uma delas *O Estado de S. Paulo*<sup>12</sup> e a outra, o *Infoglobo*. Das outras quatro, uma realiza oficinas, outra tem *workshop* e outras duas não oferecem nenhum tipo de treinamento.

Ainda assim, o vínculo mais comum entre essas empresas que responderam positivamente sobre tal aproximação e as universidades se dá na forma de estágio e visita técnica. 26 empresas declararam manter convênio de estágio<sup>13</sup> com as universidades e 16

---

<sup>12</sup> Curioso constatar, no entanto, que o *Curso Intensivo de Jornalismo Aplicado do Estado* adquiriu o status de extensão universitária justamente por um vínculo com a Universidade de Navarra. Inclusive, no programa do curso é prevista palestra ou aula de algum representante desta instituição.

<sup>13</sup> Constatada a relevância do estágio na relação entre o estudante e a vivência na redação, o artigo levanta a questão sobre como essa atividade é exercida atualmente nas empresas: “Comparadas as duas modalidades de aproximação do aluno com a realidade de uma redação jornalística, o estágio sobressai como a de maior representatividade. Os programas de treinamento da grande mídia são os mais ambicionados pelos estudantes, mas o contato da imensa maioria dos alunos de jornalismo com a realidade de sua futura profissão, no Brasil, se dá pela via do estágio. Tendo em vista esse dado, a modalidade suscita alguns questionamentos, como: qual o



afirmaram adotar a visita técnica como uma atividade, totalizando 42 entre as 61 respostas registradas, ou seja, 68,8% do total.

Conforme constata o capítulo das professoras Alexandra Aguirre e Thaísa Bueno, que traz essas informações, tais atividades utilizadas pelas empresas para treinar os alunos representam um movimento unidirecional, dos alunos para as empresas. Isso porque, tanto nos estágios quanto nas visitas técnicas, os alunos entram em contato com o cotidiano da redação, mas o contrário não acontece: a empresa não participa do cotidiano da universidade.

As autoras constataam que as palestras nas universidades, “que configuram um modelo de bidirecionalidade do movimento empresa-universidade, quando profissionais acabam conhecendo o cotidiano e intervindo no dia a dia da escola” (AGUIRRE & BUENO in: TEIXEIRA, 2012:23), são atividades que ocorrem apenas em quatro das empresas que responderam.

Ademais, em relação às empresas que, ao responderem o questionário, afirmaram ter alguma modalidade de treinamento, 40% declararam oferecer aulas expositivas e palestras, enquanto as atividades práticas são priorizadas – 68% adotam procedimentos mais experimentais. A pesquisa cita algumas frases das respostas das empresas: fala-se que as “atividades são baseadas na prática diária dos jornalistas profissionais”, na “oportunidade de vivenciar o cotidiano das redações” e que “a metodologia é o aprendizado na prática – *on the job*”.

Em relação aos programas de treinamento do *Estadão* e da *Folha*, Oliveira (2010:11) constata que, “na proposta dos cursos, o aprendizado prático, o colocar “a mão na massa”, é o domínio consagrado - mobilizado, de forma explícita ou não, como um princípio de diferenciação da formação recebida nos bancos universitários.”

Se a tensão entre teoria e prática foi historicamente um dos elementos estruturantes dos debates sobre o currículo de jornalismo no ambiente acadêmico, podemos, para fins de análise, identificar essa polarização em nível mais amplo: a oposição entre academia e mercado, em certa medida, representa a amplificação desta relação dicotômica no campo jornalístico, sobretudo quando observamos a proposta dos cursos de formação via empresa, que ancoram sua legitimidade na ideia de “aprendizado prático” - em contraposição (ainda que não explicitada como tal) à dimensão do saber cultivado nos bancos universitários. (OLIVEIRA, 2010:11)

---

papel pedagógico do estágio na formação do jornalista? Em que condições está sendo realizado? Como se dá efetivamente essa relação academia-mercado? Como ela afeta a relação do estudante com a academia?” (AGUIRRE e BUENO in TEIXEIRA, 2012:22-23)

A autora cita também um trecho de uma matéria intitulada *Academia de Focas* publicada pela revista *Imprensa*, que reforça como o mercado, em especial os veículos mais poderosos no meio jornalístico, certifica a competência para a prática do jornalismo:

Os cursos de jornalismo promovidos pelos próprios veículos, como o curso *Abril, Folha e Estado* se converteram em um centro de excelência da profissão. Levar um certificado desse no currículo pode pesar até mais que o diploma universitário na hora de conseguir um emprego. (REVISTA IMPRENSA *apud* OLIVEIRA, 2010:12)

Lobo (2010) lembra que a dualidade entre teoria e prática não permeia apenas o jornalismo e questiona: se a carreira militar, por exemplo, é tida como uma atividade “prática”, “corporal”, e a sociologia trata de assuntos “teóricos”, “intelectuais”, o jornalismo seria uma atividade prática ou intelectual? Ele menciona também o estatuto epistemológico do jornalismo nos Estados Unidos, no qual há um debate entre duas correntes: uma que aproxima o jornalismo do campo científico e demanda uma “formação humanística ampla nas universidades” (LOBO, 2010:31) e outra que ressalta o caráter prático do jornalismo no sentido de suprir uma necessidade de informação da sociedade, comparando-o a profissões como engenharia e medicina. Nessa corrente, “é principalmente nas redações que se aprende o fazer jornalístico, e, se a instrução em instituições de ensino superior é evocada, as faculdades deveriam contemplar matérias com teor administrativo empresarial” (LOBO, 2010:31).

O capítulo 4 do mapeamento feito pelo *Rumos Itaú Cultural* aponta o currículo mínimo (que determinava as disciplinas que obrigatoriamente integrariam o currículo em cada carreira, de forma que as universidades eram fiscalizadas pelo governo federal) como um dos fatores que distanciaram academia e mercado:

Esse teria sido, segundo Marques de Melo (1998), o maior obstáculo para a interação da academia com as empresas, já que o engessamento criou um modelo único de formação em todo o país, não importando se o mercado de trabalho local possuía nível maior ou menor de desenvolvimento tecnológico ou padrões culturais distintos. (ROCHA *et all* in: TEIXEIRA, 2012:55)

Outro fator apontado pelos autores do capítulo foi a proibição do estágio em jornalismo, em 1979, tornando as escolas as responsáveis por preencher essa lacuna e pela formação completa dos estudantes. Isso colaborou para aumentar o abismo entre o mercado e a academia, a reflexão e a experiência profissional. (ROCHA *et all* in: TEIXEIRA, 2012)

Marques (2011) afirma que, apesar de a formação de jornalistas no Brasil se dar, prioritariamente, em cursos superiores de jornalismo - diferentemente de outros países, em

que a atividade de imprensa é mais antiga e a entrada de novatos na profissão acontece pela experiência na redação -, a ideia predominante é a de que “jornalismo se aprende na prática”.

As dicotomias características do campo do jornalismo alimentam todo tipo de crítica acerca da insuficiência dos cursos de comunicação/jornalismo. Ora eles não ensinam a pensar sobre – ou seja, teorizar – o objeto de estudo jornalismo, ora não são capazes de formar tecnicamente bons profissionais. (MARQUES, 2011:73)

Essa observação da autora se reflete em uma discussão que pode ser conferida no trabalho elaborado dentro do programa *Rumos Itaú Cultural*. No debate entre representantes de empresas que oferecem treinamentos de jornalismo, o grupo constata que há uma inversão na relação entre mercado e academia. “Enquanto se espera que as escolas ofereçam formação humanística, teórica e linguística aos estudantes, estas têm priorizado o conhecimento da técnica. As empresas [...] têm oferecido cursos para compensar”. (CARDOSO *et al* in: TEIXEIRA, 2012:48)

Os participantes da discussão justificaram que “fazer lide e as coisas mais clássicas do jornalismo aprende-se em três meses em uma redação”, enquanto que, se o estudante aprendesse filosofia, ciências políticas e econômicas e já chegasse com uma visão humanista, faria um trabalho melhor.

Briggs e Burke (2006) mostram que essa questão é presente desde o surgimento dos cursos de jornalismo no mundo:

Como relacionar o treinamento jornalístico às mudanças no mundo da comunicação, este permanecia – e permanece – sendo um assunto de debate mesmo na Grã-Bretanha, onde entre 1919 e 1939 o único diploma universitário de jornalismo era oferecido pela Universidade de Londres. Nos Estados Unidos, James W. Carey, decano da Escola de Comunicação de Illinois [...], era um líder nesse campo e acreditava que os programas da Escola deveriam contribuir para o conhecimento histórico. Outras escolas de comunicação e jornalismo, contudo, se inclinavam para os “estudos de mídia” dentro de um contexto cultural em mudança. (BRIGGS & BURKE, 2006:205)

Marques (2011) ressalta, também, que o embate entre teoria e prática nesse campo se reflete em um embate entre jornalismo e comunicação social. “O histórico desses cursos é marcado por uma sucessão de reformas curriculares que tentam mediar a chamada ‘formação humanista’ e uma esperada ‘formação técnico-prática’ necessárias à profissão”. (MARQUES, 2011:70) Para Marques, o modelo teórico adotado para definir os cursos estabelece a comunicação social como uma ciência. Assim, definiu-se uma divisão tanto curricular como

pedagógica: a formação teórica fica associada à comunicação e a formação prática, às habilitações ou especialidades da área.

Esta divisão cristalizada entre quem faz e quem teoriza/ensina coloca no centro da discussão a pergunta: se apenas quem faz sabe fazer, apenas se pode aprender fazendo? Mas, se é assim, o que acontece dentro de uma escola de jornalismo? O que ela ensina, se o que é possível fazer dentro dela não é jornalismo, já que o jornalismo é, afinal, aquilo que se faz tendo como referência estruturas industriais e capitalistas de comunicação – ou seja, o que se faz nas paradigmáticas redações? E mesmo para os que aprendem fora da escola, o que há para ser aprendido? O que é preciso aprender para se tornar jornalista? Recoloca-se, portanto, a questão: como se aprende a ser jornalista? (MARQUES, 2011:72)

A autora segue mencionando que os jornalistas alegam deter um “conhecimento específico e único para determinar o que é ou não relevante entre os acontecimentos do mundo e o que é ou não relevante contar sobre esses acontecimentos. No jargão, o ‘faro jornalístico’”. (MARQUES, 2011:72) Analisa, no entanto, que o “faro jornalístico” não pode ser aprendido nas escolas, pois ele é determinado por situações concretas pertencentes ao lugar onde ocorrem os fatos “- a rua, o bairro, a cidade, o país, o mundo – e às estruturas onde estes são processados – o jornal, a rádio, a emissora de TV, o blog, o *Twitter*”. (MARQUES, 2011:72)

Marques reconhece, ainda assim, que, por mais que a escola não possa ensinar o que deve ser notícia, pode ensinar a refletir as *condições que determinam o que é ou não notícia* e como se deve contar uma notícia, ou seja, a *escrever como jornalista*.

### **3. OFERTAS E DEMANDAS DOS CURSOS DE TREINAMENTO NOS VEÍCULOS**

O trabalho *Mapeamento dos programas de treinamento nas empresas de comunicação em 2012 – uma relação necessária: academia e mercado*, elaborado dentro do programa *Rumos Itaú Cultural*, traz, principalmente no capítulo 3, escrito pelas professoras Alexandra Aguirre e Thaísa Bueno, um levantamento de dados acerca dos programas de treinamento oferecidos pelos veículos de comunicação brasileiros. Ele aborda não apenas aspectos relativos às demandas das empresas e o que elas têm a oferecer, mas também as principais características destes cursos: onde se concentram, sua organização etc. Aqui, apresentaremos um resumo destas informações, com o objetivo de determinar as principais características dos programas de treinamento das empresas de uma forma generalizada.

#### **3.1 O mapeamento do Itaú Cultural**

Conforme informado anteriormente, a pesquisa fez um levantamento de 80 empresas de comunicação brasileiras. Destas, 40 responderam ao questionário elaborado pela equipe de professores responsável pelo trabalho, e 25 afirmaram oferecer alguma modalidade de treinamento. Assim, levaremos em consideração as respostas destas 25 empresas, cujos treinamentos incluem não apenas cursos, mas também programas de estágio, *trainee*, *workshops*, entre outros.

A modalidade de treinamento mais ofertada pelas empresas respondentes é a de *trainee*. É a atividade de 12 das 25 empresas, ou seja, 48%. Sete (28%) declararam oferecer programas de estágio e seis (24%) oferecem cursos, *workshops*, oficinas e palestras. 58% dos programas são voltados para estudantes de jornalismo a partir do terceiro período. O restante não especificou a graduação exigida.

Um ponto marcante no levantamento são as diferenças geográficas em relação à concentração desses programas. 60% das empresas que investem nestes treinamentos, ou seja, 15 das 25, encontram-se na Região Sudeste. Em seguida está a Região Sul, com seis empresas, o Nordeste, com duas, e o Centro-Oeste e Norte, cada uma com uma empresa. Nove dessas 25 empresas atuam com jornal impresso e on-line; seis com TV; três com rádio; três com TV, jornal impresso, on-line e rádio; duas com jornal impresso, on-line e rádio; uma com TV, jornal impresso e on-line; e uma com rádio e TV.

Em relação ao processo seletivo, 11 das 25 empresas aplicam provas nos candidatos – entre elas, seis aplicam, inclusive, prova on-line.

As provas abordam, em geral, temas da atualidade e conhecimento humanístico como: instituições, economia, filosofia, filosofia política, cultura contemporânea, história e atualidades (citado por uma empresa); conhecimentos gerais, editoriais, específicos (opcionais: ciências políticas, economia, direito e história) e língua estrangeira (citado por uma empresa); conhecimentos gerais/econômicos e exames de português, inglês (citado por uma empresa), redação e tradução. (AGUIRRE & BUENO in: TEIXEIRA, 2012:18)

Além disso, 12 empresas utilizam entrevistas na seleção. Seis também afirmaram analisar os currículos dos candidatos, três analisam textos e uma das empresas, que trabalha apenas com pessoas com as quais tem vínculo, seleciona candidatos inscritos por gestores da área em que atuam. Os processos seletivos costumam ser divulgados nos sites das próprias empresas, em anúncios nas escolas de comunicação e na mídia em geral.

### **3.1.1 O que o mercado procura**

No questionário respondido pelas empresas, foi perguntado quais são as principais características no processo de seleção de um novo jornalista – cada uma poderia citar no máximo três. O aspecto mais apontado, reunindo 37% das respostas, foi a “gramática e redação impecáveis”. Em segundo lugar, a formação cultural e humanística foi a característica mais citada (34%), seguida pela atualização do conhecimento (estar bem informado), item importante para 27% das empresas. No geral, 41 das 123 respostas mencionaram o conhecimento como o quesito mais importante.

Já o domínio técnico foi citado por menos de 8% das empresas, mostrando que o mercado está mais flexível para habilidades específicas, como o faro jornalístico e o conhecimento de ferramentas de comunicação, e interessado prioritariamente no profissional com domínio da gramática e escrita perfeita, além do embasamento cultural e humanístico.

Características pessoais, no entanto, também foram bastante citadas, de modo que 35% das respostas abordavam aspectos dentro dessa categoria. Nesse montante de citações, a curiosidade foi a característica mais mencionada, com 21% das respostas. Em seguida, foram indicadas ética, criatividade, inovação e ousadia, cada uma com 10%. Já a comunicabilidade e agilidade reúnem 7% das respostas cada. Com 5% das indicações, foram citados o gosto pela profissão, a responsabilidade e ser questionador. Outros pontos elencados como importantes

foram a visão holística, ser multifuncional, ter interesse pelas pessoas, ter preocupação social, perseverança, adaptação às mudanças, humildade, desprendimento, ter garra e ter paixão.

Outro quesito de respostas considerado foi em relação à postura do jornalista no trabalho frente às atividades propostas, particularidade analisada por 26% dos veículos ao avaliar seus profissionais. Nesse apanhado, a proatividade foi citada por 30% das empresas, estando bem à frente das demais características mencionadas – ou seja, é um dos aspectos mais consideráveis para um novo jornalista. Em seguida, 12% das respostas abordaram o interesse e a vontade de aprender, e 6% citaram dedicação, determinação, comprometimento, relacionamento em equipe e bom relacionamento interpessoal. Com uma citação apenas, foram incluídos o desempenho, cumprimento de prazos, precisão, disponibilidade para o trabalho e disposição para viagens.

O mapeamento também fez uma divisão das respostas sobre o que as empresas procuram nos jornalistas a partir dos diferentes veículos. Para os veículos impressos, a formação cultural e humanística é a característica mais apontada, seguida de gramática e redação perfeitas. No caso das emissoras de TV, gramática e redação perfeitas e formação cultural e humanística são os dois aspectos mais valorizados. Em rádio, proatividade e ética são tidas como mais importantes. Para grupos ou redes, atualização do conhecimento, ser bem informado, técnicas jornalísticas e faro jornalístico surgem como os principais traços esperados em um jornalista. No caso de portais e sites, atualização do conhecimento, ser bem informado, gramática e redação perfeitas são apontados como as características mais importantes.

### **3.1.2 Os problemas mais presentes**

É interessante mencionar também os principais problemas identificados pelos participantes do grupo focal em relação à prática do jornalismo. São eles: a dificuldade de estruturação lógica de uma história - escrever um texto com começo, meio e fim; a dificuldade de aplicação da norma culta da língua portuguesa; a dificuldade de identificar limites entre os espaços público e privado, o que é agravado pelo uso das redes sociais; a prevalência de repórteres muito jovens nas redações; certa superficialidade nas coberturas (um especialista e um personagem são considerados suficientes); e a ideia de que a notícia é um fato extraordinário.

Os dois últimos fatores mencionados acima são enfatizados por Mauro Wolf (2009). Em relação ao caráter da notícia, ele expõe algumas categorias normalmente usadas para

identificar os acontecimentos que respondem ao quesito de noticiabilidade, ou seja, o que determina se um acontecimento pode ou não tornar-se notícia. Essas categorias são: a. histórias de pessoas comuns que passam a agir em situações insólitas, ou histórias de homens públicos, observados em sua vida privada cotidiana; b. histórias em que há uma inversão de papéis (“o homem mordendo o cachorro”); c. histórias de interesse humano; d. histórias de feitos excepcionais e heroicos. “Faz notícia aquilo que altera a rotina, as aparências normais. ‘Quanto mais um acontecimento for negativo nas suas consequências, maior será sua probabilidade de se tornar notícia’ (Galtung-Ruge, 1965, p.119).” (WOLF, 2009:215)

O autor acrescenta que um acontecimento negativo é menos esperado do que notícias positivas, pressupondo uma cultura em que as mudanças em sentido positivo, o “progresso”, são, em certa medida, considerados como algo normal e banal, e que não precisam ser salientados. No trabalho do *Itaú Cultural*, a representante do Grupo GRPCom, Sandra Gonçalves, afirma que a notícia não deve ser necessariamente extraordinária, mas relevante. Ela dá o exemplo de que, se o jornalista vai a uma escola pública e encontra condições precárias, vê uma grande matéria. Mas, se tudo estiver funcionando bem porque uma associação de bairros trabalhou articulada com os pais e com a escola, o jornalista acredita que não há notícia e que a pauta caiu.

[...] É um princípio fundamental do jornalismo que, quanto maior, mais insólito ou mais cruel for o espetáculo, maior é o valor/notícia. [...] Essa constatação reflete simplesmente o fato de que os leitores se interessarão por uma história que os atinge, mas ignorarão, em contrapartida, uma notícia rotineira. (GOLDIN-ELLIOTT *apud* WOLF, 2009:216)

O outro fator abordado por Wolf é o da superficialidade nas coberturas - o centro das atenções está no que ocorre, não na razão pela qual ocorre:

As poucas tentativas de descrever um tema de modo mais aprofundado são, em geral, desprovidas de sistematicidade e pouco incisivas [...]. A falta mais grave é o fato de que a metade dos temas estudados ou não apresentava simplesmente a informação de *background*, ou fornecia apenas referências incompletas em relação aos fatores e motivos subjacentes. Muitas vezes, as causas dos acontecimentos são mencionadas apressadamente, de passagem, em frases subordinadas, sem o destaque necessário [...]. O que, em geral, é transmitido ao público é a localização dos acontecimentos, os indivíduos envolvidos com eles, e detalhes como os nomes geográficos, das personagens públicas, de indústrias etc. Com frequência, esses elementos ocupam automaticamente o primeiro lugar na memória dos destinatários, enquanto as causas e as consequências dos eventos permanecem em segundo plano. O resultado global é uma lembrança fragmentária, em que os



indivíduos conservam detalhes isolados, mas não o contexto. (FINDHAL-HÖIJER *apud* WOLF, 2009:198-199)

Ao final do questionário respondido pelas empresas do mapeamento, elas podiam fazer comentários ou fornecer informações que julgavam ainda faltar, e alguns aproveitaram o espaço para dar mais dicas sobre o que se espera do futuro profissional. Eles ressaltaram a importância de ouvir o outro lado, ser cético, ter assiduidade, além de dois aspectos já citados: ser proativo e interessado. Um dos veículos também fez uma crítica à universidade, sugerindo que o último ano fosse como uma “redação júnior”, o que demonstra a insatisfação das empresas com o aprendizado prático que os alunos têm no ensino superior de jornalismo.

### **3.2 O que os cursos ofertam**

Para analisarmos o que os cursos de treinamento em jornalismo das empresas têm a oferecer, vamos apresentar a estrutura dos cursos do Grupo Folha e Grupo Abril e, no próximo capítulo, aprofundaremos a estrutura do *Curso Intensivo de Jornalismo Aplicado* do Grupo Estado. Assim, observamos o que cada um desses programas de treinamento proporciona a seus participantes, o que têm em comum a oferecer e o que leva à enorme procura por essas experiências.

Conforme já falado anteriormente, a iniciativa pioneira dos cursos de jornalismo promovidos pelos próprios veículos foi do Grupo Abril, em 1968. Nessa época, a empresa sentiu falta de profissionais no mercado, no contexto da criação da revista *Veja*, e treinou um grupo de jovens de qualquer formação interessados em trabalhar no projeto editorial da publicação, além de ensinar a fazer jornalismo em revista semanal (OLIVEIRA, 2010). No entanto, essa foi uma experiência isolada, de modo que a Abril retomou o projeto apenas em 1984, criando o *Curso Abril de Jornalismo em Revistas*. Em entrevista à autora em 2009, o coordenador do *Curso Abril de Jornalismo* declarou que a empresa “percebeu que a formação dos alunos das faculdades de comunicação/jornalismo não atendia às expectativas dos veículos do ponto de vista técnico”. (OLIVEIRA, 2010:9)

Apesar de apresentarem variações em suas propostas e sofrerem reformulações significativas ao longo do tempo, os cursos de treinamento dos grupos Folha, Estado e Abril vão se desenvolver com dois apelos comuns: inserir os participantes num ambiente de intensa vivência prática do jornalismo, conformado segundo os padrões técnicos sistematizados pelas empresas, e permitir o contato e aprendizado de aspectos da atividade com profissionais da própria casa, entre os quais alguns nomes de prestígio do

jornalismo, convidados a falar em ciclos de palestras organizados durante o treinamento. (OLIVEIRA, 2010:10)

Em 2013, o *Curso Abril de Jornalismo* chegou à sua 30ª edição. No começo, ensinava apenas o ofício de fazer revistas para recém-formados. Hoje, abarca as categorias de reportagem, design, fotografia, vídeo, mídias digitais e infografia, esta introduzida em 2011. Além disso, desde 2010, o curso admite pessoas graduadas em qualquer curso superior para a categoria de reportagem. Em 2005, a organização do curso ficou sob responsabilidade do Núcleo de Desenvolvimento de Pessoas da Abril (NDP), reestruturando o site e a revista produzida pelos alunos.

A reestruturação aplicada ao *Curso Abril de Jornalismo* a partir de 2005 teve como proposta encurtar o caminho entre a universidade e a vida real, equilibrando os experimentos e a prática diária sem deixar de lado seus objetivos estratégicos: oxigenar as redações com o contato entre profissionais e alunos. (CURSO ABRIL, 2013)<sup>14</sup>

Todo ano, concorrem em torno de 2.500 pessoas para as 50 vagas. Além disso, também são selecionados alguns alunos dentro da Editora Abril. Na edição de 2011, foram 57 alunos ao todo. Na 30ª edição, foram 60 selecionados entre 2.200 concorrentes, e nove dos escolhidos trabalhavam na editora. Palestras e oficinas são ministradas durante o curso. Os temas variam entre mercado editorial, edição de revistas, reportagem, entrevistas, projetos gráficos, fotografia, ilustração, tipografia, infografia, vídeos, mídias sociais e escrita criativa<sup>15</sup>.

A duração do curso costuma ser de mais ou menos 40 dias e, além das aulas, os participantes produzem projetos editoriais para veículos do Grupo Abril, além de fazerem a revista anual do curso, chamada de *Plug*. Ela é feita há 15 anos pelas turmas, e seu objetivo é “relatar a experiência do curso e destacar as principais discussões do jornalismo”. (MANUAL PRÁTICO, 2013)<sup>16</sup> A cada ano, diferentes profissionais do Grupo são responsáveis pela edição da revista. Na edição de 2013, a revista seria editada pelo diretor de redação da *Men's Health*, Airton Seligman, e pelo diretor de arte da *Playboy*, Alexandre Ferreira.

Na programação prevista para a 30ª edição, que teria início durante a elaboração deste trabalho, estavam planejadas 33 palestras e dois workshops, além de visitas à gráfica nas manhãs de sábado. Divididos em grupos, os 60 alunos produziram, simultaneamente às aulas,

---

<sup>14</sup> Disponível em <http://cursoabril.com.br/historia/>. Acesso em 28 de janeiro de 2013.

<sup>15</sup> Disponível em <http://cursoabril.com.br/como-funciona/>. Acesso em 28 de janeiro de 2013.

<sup>16</sup> Disponível em [http://issuu.com/cursoabrildejornalismo/docs/livreto\\_caj\\_2013\\_final](http://issuu.com/cursoabrildejornalismo/docs/livreto_caj_2013_final). Acesso em 28 de janeiro de 2013.

nove projetos editoriais. Além disso, cada um deles seria recebido em uma redação da Abril para um estágio rápido e teria uma pauta e/ou missão para executar e apresentar em uma semana.

O *Curso Abril de Jornalismo* já formou cerca de 1.800 profissionais. Nos últimos quatro anos, 130 alunos do curso foram contratados pelo Grupo. Todo ano, o curso tem patrocínio de empresas – a última edição seria patrocinada pela Heineken, Fiat e Odebrecht. Os alunos não recebem nenhum tipo de remuneração – têm direito a almoço e jantar no restaurante da Abril e a um seguro-saúde.

A seleção consiste em fazer uma inscrição no site<sup>17</sup> do *Curso Abril de Jornalismo*, na qual o candidato descreve sua formação e experiências profissionais e insere seus dados pessoais. Além disso, ele deve escrever um texto com o tema “Quem sou eu e por que escolhi o jornalismo como profissão”. É feita uma triagem dos candidatos e, geralmente, um pouco mais de 300 são selecionados para a próxima etapa, que é uma entrevista com profissionais da Abril. Entre esses, são escolhidas as 50 pessoas, em média, que participarão do curso. Tanto a inscrição como o curso ocorrem uma vez por ano.

Já o *Programa de Treinamento da Folha* tem estrutura diferente. São duas turmas por ano e, geralmente, acontece uma seleção no primeiro semestre e outra no segundo, mas no último processo seletivo, realizado no final de 2012 e início de 2013, a coordenação optou por fazer a seleção em um momento só, em que seriam escolhidos os *trainees* das duas turmas, a 55ª e a 56ª. Os candidatos fazem inscrição e prova on-line, que inclui questões de português, inglês, matemática, história e conhecimentos gerais.

Em seguida, entre 250 e 300 candidatos são chamados para uma prova presencial, que inclui questões de múltipla escolha e dissertativas semelhantes às da primeira fase, além da redação. Os 80 candidatos com os melhores resultados são chamados para participar de uma semana de palestras e atividades na sede da *Folha*, em São Paulo, e passam por uma entrevista individual. Nessa etapa, duas turmas de 40 pessoas participam da seleção, uma em cada semestre. Após esse processo, até 12 candidatos são selecionados para cada uma das turmas.

Assim como o *Curso Abril*, o *Programa de Treinamento da Folha* também não faz restrição quanto à graduação do candidato. O requisito é que a pessoa tenha curso superior concluído ou em andamento, “seja crítica e bem formada e julgue ter talento para o

---

<sup>17</sup> <http://cursoabril.com.br>.

jornalismo<sup>18</sup>”. É recomendado, no entanto, que os candidatos estejam nos últimos semestres de graduação ou recém-formados, uma vez que aproveitam melhor o treinamento por terem mais disponibilidade de tempo<sup>19</sup>. Além disso, o site do programa enfatiza que “o curso costuma ser mais bem aproveitado por candidatos com boa formação escolar e pessoal, mas que precisam de experiência em técnicas jornalísticas<sup>20</sup>”.

Da mesma forma que no curso do Grupo Estado, o *Programa de Treinamento da Folha* oferece aulas sobre temas variados, inclusive teóricos como história, cinema e economia, e cobra exercícios em que são postos em prática os fundamentos jornalísticos, além de exercícios multimídia, envolvendo áudio e vídeo. Os *trainees* também acompanham o trabalho dos repórteres, elaboram pautas, acompanham os passos da produção do jornal, fazem entrevistas coletivas e produzem um suplemento especial no final do curso, que tem duração média de quatro meses.

Mas, diferentemente do curso do *Estadão*, eles não têm a experiência na redação e não publicam matérias no jornal – podem se oferecer para ajudar nas editorias apenas em fins de semana e feriados. A coordenação do programa também enfatiza que não há qualquer tipo de *ranking* ou competição durante o curso – em oposição ao curso do *Estadão* – e que o objetivo é que os *trainees* ajudem uns aos outros.

O programa também não é remunerado, mas os *trainees* recebem auxílio transporte e alimentação, e os que são de fora de São Paulo podem ter a chance de receber hospedagem. A coordenação informa que não há garantia de contratação nem exigência de fidelidade após o programa, mas que, nos últimos 20 anos, 90% dos participantes ficaram na empresa após o treinamento. É importante ressaltar, no entanto, que a maioria não é contratada. Os *trainees* costumam ser aproveitados como *free-lancers*. O curso tem patrocínio da Ambev, Odebrecht e Philip Morris Brasil. As duas últimas financiam viagens para os *trainees*, assim como é feito no curso do *Estadão*, como veremos adiante.

---

<sup>18</sup> Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/treinamento/1145348-quem-pode-fazer-o-programa-de-treinamento.shtml>. Acesso em 29 de janeiro de 2013.

<sup>19</sup> Tanto o *Programa de Treinamento da Folha* quanto o *Curso Abril de Jornalismo* e o *Curso Intensivo de Jornalismo Aplicado do Estado* têm uma carga horária exaustiva, que começa de manhã cedo e vai, não raramente, até a madrugada. É exigida dos candidatos uma dedicação que dificilmente permite a conciliação com outras atividades.

<sup>20</sup> Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/treinamento/1145348-quem-pode-fazer-o-programa-de-treinamento.shtml>. Acesso em 29 de janeiro de 2013.

#### 4. O CURSO INTENSIVO DE JORNALISMO APLICADO DO ESTADO

Fundado em 1990 pelo Grupo Estado, o *Curso Intensivo de Jornalismo Aplicado* foi idealizado como meio de permitir aos profissionais iniciantes da área o acesso às mais modernas técnicas do jornalismo, como forma de complementar a formação acadêmica e assegurar melhores condições de ingresso no mercado de trabalho<sup>21</sup>. Conforme descreve o relatório da 22ª edição do curso, “é um projeto conceituado como serviço público de interesse comunitário”.

Geralmente com duração de três meses e meio e turmas de 30 alunos (chamados de “focas”, nome pelo qual também é conhecido o curso desde o primeiro ano, quando ele era divulgado como “Adestramento de Focas”), o curso já teve 23 edições desde a sua criação. Apesar de ter passado por mudanças ao longo dos 23 anos de existência, o curso tem como objetivo oferecer aos participantes uma experiência prática de jornal diário aliada a uma fundamentação teórica.

[...] Apesar de ser apresentado como uma iniciativa do Grupo Estado [...], a referência para seu curso de formação é o jornalismo impresso. Obviamente, a escolha institucional reflete o peso da tradição de *O Estado de S. Paulo* e desse ser o veículo que sustenta a credibilidade do grupo. Porém, é também interessante notar que essa ênfase ratifica a ideia de que é o jornal impresso, ainda hoje, a referência para a formação de jornalistas. (MARQUES, 2011:76)

Entretanto, antes de descrevermos a estrutura do curso e fazermos o estudo de caso, é importante abordar a história da empresa que hoje comanda o jornal mais antigo do país e que procura, com o “Focas”, jornalistas com potencial para fazer parte do *Estadão* e dos demais veículos do Grupo Estado.

##### 4.1 A história do Grupo Estado

Em 4 de janeiro de 1875, circulava pela primeira vez *A Província de S. Paulo*, o nome original do jornal que hoje é conhecido como *Estadão*. Fundado ainda durante o Império por 16 pessoas reunidas por Manoel Ferraz de Campos Salles e Américo Brasiliense, o jornal concretizava a proposta de criação de um diário republicano, surgida durante a realização da

---

<sup>21</sup> As informações foram obtidas através do relatório da 22ª edição do curso, realizada em 2011. O relatório não está disponível publicamente. No período em que participei da 23ª edição, eu pude ter acesso a ele, apenas para consulta no local.

Convenção Republicana de Itu, com o objetivo de combater a monarquia e a escravidão<sup>22</sup>. Na época, o jornal tinha tiragem inicial de 2 mil exemplares, significativa para a população da cidade de São Paulo, estimada em 31 mil.

Em 1875 existiam mais dois jornais diários de algum porte: o “Correio Paulistano”, fundado em 1854; e o “Diário de São Paulo”, de 1865 – ambos extintos. A importância da fundação de “A Província” deve-se ao fato de ser o primeiro grande jornal engajado no ideário republicano e abolicionista, por meio dos textos contundentes de Francisco Rangel Pestana e Américo de Campos, seus primeiros redatores.<sup>23</sup>

Nesse período, a cidade de São Paulo vivia uma acelerada urbanização, influenciada pelo desenvolvimento da economia cafeeira desde meados do século 19, que atraía imigrantes europeus, em especial italianos. “Pode-se dizer que a partir de então o jornal foi crescendo com a cidade e influenciando cada vez mais a evolução política do país, com a enorme responsabilidade de ser o principal veículo da mais republicana das cidades.”<sup>24</sup>

*A Província* logo se diferenciou no mercado. Barrete branco na cabeça, uma buzina na mão e um maço de jornais debaixo do braço, o francês Bernard Gregoire saía a cavalo pelas ruas da cidade anunciando as notícias do dia. Foi um escândalo. Os jornais concorrentes chegaram a ridicularizar a imagem do jornaleiro – que mais tarde foi incorporada ao ex-libris do Estado.<sup>25</sup>

O Grupo Estado se orgulha de ostentar o slogan de jornal mais antigo do Brasil em atuação, com mais de 130 anos de história. Nos seus primórdios, a redação do jornal era composta por recém-saídos da Faculdade de Direito do Largo São Francisco: “Aprendizes do poder” da elite paulistana que conjugavam literatura e política através da imprensa. A empresa foi um grande agente para a constituição da Universidade de São Paulo na década de 30, dentro do contexto de afirmação cultural da elite paulistana após a derrota da Revolta de 1932 – fato histórico que não parece tão longínquo quando adentramos, ao sair do elevador para o andar da redação da empresa, numa sala em que está enquadrada uma bandeira da federação feita em pano rústico que, segundo informa o coordenador do curso de “focas” da empresa, foi hasteada durante esse período. (LOBO, 2010:23)

Em 1888, quando *A Província de S. Paulo* comemorava a abolição da escravatura, Julio de Mesquita, que havia se tornado redator do jornal em 1885, aparecia no alto da

<sup>22</sup> ESTADÃO, 2012. Disponível em <http://www.estadao.com.br/historico/resumo/conti1.htm>. Acesso em 22 de dezembro de 2012.

<sup>23</sup> ESTADÃO, 2012. Disponível em <http://www.estadao.com.br/historico/resumo/conti1.htm>. Acesso em 22 de dezembro de 2012.

<sup>24</sup> ESTADÃO, 2012. Disponível em <http://www.estadao.com.br/historico/resumo/conti1.htm>. Acesso em 22 de dezembro de 2012.

<sup>25</sup> ESTADÃO ACERVO, 2012. Disponível em [http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada\\_1870.shtm](http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_1870.shtm). Acesso em 22 de dezembro de 2012.

primeira página como diretor-gerente. Neste ano, *A Província* contabilizava 4 mil assinantes e o jovem redator republicano Euclides da Cunha, expulso do Exército, passou a colaborar com o jornal. No dia 16 de novembro de 1889, *A Província* publica uma página inteira antológica com a manchete *Viva a República!* e, já em janeiro de 1890, passa a se chamar *O Estado de S. Paulo*, ao se estabelecer uma nova nomenclatura para as unidades da federação da República.

Nessa época, a tiragem já tinha dobrado e chegou aos 8 mil exemplares. Em março de 1897, a tiragem saltou de 10 mil para 18 mil exemplares, com a aquisição de uma nova máquina que modernizou os equipamentos gráficos e, principalmente, com a publicação de notícias sobre a Guerra de Canudos pelo correspondente Euclides da Cunha, cujos envios pelo telégrafo eram ansiosamente aguardados. As reportagens especiais gerariam, mais tarde, a obra *Os Sertões*. Em 1902, Júlio Mesquita tornou-se o único proprietário do jornal. Juntamente com Cerqueira César e Prudente de Moraes, ele liderou, um ano antes, a 1ª dissidência republicana, iniciando uma linha de oposição aos governos estadual e federal. Em 1909, o jornal apoiou a candidatura de Ruy Barbosa à presidência com a sua “campanha civilista”, em oposição a Marechal Hermes, candidato militar, mas Barbosa foi derrotado em 1910. Ainda em 1919, *O Estado* apoiou novamente sua candidatura, mas Epitácio Pessoa venceu a eleição.

Em 1914, durante a Primeira Guerra, Júlio Mesquita escreveu artigos semanais analisando o conflito e posicionando-se a favor dos aliados e contra o militarismo alemão. Em represália, indústrias alemãs cortaram os anúncios que faziam no jornal, que passou por dificuldades financeiras, mas manteve a posição. No mesmo ano, o então desconhecido Monteiro Lobato enviou um artigo intitulado *Uma Velha Praga* à seção *Queixas e Reclamações* de *O Estado*, criticando as queimadas promovidas pelos caboclos. O artigo foi deslocado para o corpo do jornal e teve grande repercussão. Lobato passou a ser colaborador frequente do jornal até que, em 2015, começou a trabalhar na redação do *Estadinho*, como era conhecida a *Edição da Noite* lançada para publicar notícias da Primeira Guerra, que circulou até 1921. Assim, a edição da manhã ficou conhecida como *Estadão*. Ainda em 1915, o jornal apoia a campanha Nacionalista do poeta Olavo Bilac, que propunha o serviço militar obrigatório.

Em 7 de setembro de 1922, *O Estado* comemorou o Centenário da Independência com uma edição recorde de 64 páginas. Na época, o jornal contava com colaboradores ilustres como Olavo Bilac, Ruy Barbosa, Plínio Barreto, Guilherme de Almeida e Nestor Pestana, além de Euclides da Cunha. Na revolução de 1924, o *Estadão* sofreu sua primeira censura: foi

suspenso no dia 29 de julho pelas forças federais de Artur Bernardes, e não circulou por 12 dias. Júlio Mesquita, que dirigiu *O Estado* de 1891 a 1927, foi preso e enviado para o Rio.

Em 1926, *O Estado* apoiou a fundação do Partido Democrático, de oposição ao PRP, então detentor do governo federal e estadual. Em 15 de março de 1927, com a morte de Júlio Mesquita, seus filhos Júlio de Mesquita Filho e Francisco Mesquita e Nestor Pestana assumiram a direção do jornal.

Em 1930, o jornal apoiou a Aliança Liberal e a candidatura de Getúlio Vargas à presidência, em oposição a Júlio Prestes, candidato do PRP. *O Estado*, neste ano, atingiu a tiragem de 100 mil exemplares e lançou aos domingos um *Suplemento em Rotogravura*, com destaque às ilustrações fotográficas. No entanto, em 1932, *O Estado* e o Partido Democrático se posicionaram contra o autoritarismo do governo de Getúlio Vargas, formando uma aliança com alguns setores do PRP contra o governo federal. Francisco Mesquita assumiu a frente de batalha da revolução constitucionalista em defesa de eleições livres e de uma constituição, no dia 9 de julho, enquanto Júlio de Mesquita Filho permaneceu em São Paulo, liderando o movimento civil. Eles foram presos e exilados em Lisboa.

Em 1933, Nestor Pestana morre e Plínio Barreto é promovido a diretor do jornal. Em 1934, os irmãos Mesquita voltam ao Brasil. Júlio de Mesquita Filho coordena a comissão que planeja, organiza e participa da escolha dos primeiros docentes da Universidade de São Paulo, criada por um decreto do interventor federal Armando Salles. Neste mesmo ano, o *Estadão* foi o primeiro jornal do país a publicar anúncios classificados, aumentando suas vendas e a procura de anunciantes por espaço para propagandas.

Em 1937, durante o Estado-Novo, o jornal buscou manter-se independente, sem se submeter à censura prévia de Getúlio Vargas. “Não vendia páginas para propaganda getulista, farta em outros órgãos de imprensa.”<sup>26</sup> O diretor Júlio de Mesquita Filho foi preso 17 vezes e exilado, e Francisco Mesquita seguiu no comando.

Em 3 de setembro de 1939, começou a circular a *Edição da Tarde*, para noticiar os fatos da Segunda Guerra. Esta edição vespertina também foi chamada de *Estadinho*, e circulou até 23 de março de 1940.

Em 25 de março de 1940, a redação de *O Estado* foi invadida por tropas sob a acusação de uma conspiração armada. “Armas são colocadas no forro do prédio pela própria polícia para forjar provas. O jornal é acusado de armazenar metralhadoras para derrubar o

---

<sup>26</sup> ESTADÃO ACERVO, 2012. Disponível em [http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada\\_1930.shtm](http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_1930.shtm). Acesso em 22 de dezembro de 2012.



governo.<sup>27</sup> Preso, Francisco Mesquita foi levado para o Rio de Janeiro, onde permaneceu por 40 dias até ser solto por falta de provas. Ele foi impedido, porém, de reassumir suas funções no jornal, que passou a ser regido pelo governo de Getúlio Vargas. *O Estado* esteve sob intervenção por cinco anos e meio e, em dezembro de 1945, foi devolvido à família Mesquita. O período de intervenção não é considerado na história do jornal pelo Grupo Estado, que não reconhece os números editados pelos interventores de Vargas.

Em 1953, o *Estadão* lançou o *Suplemento Feminino*, idealizado pela jornalista Maria do Carmo de Almeida, a Capitu. Além dela, o suplemento tinha uma repórter, uma cronista social e uma fotógrafa. Já em 1955, surgiu o *Suplemento Agrícola*, em formato tabloide e com 16 páginas. No ano seguinte, em 24 de agosto, a sucursal do *Estado* no Rio de Janeiro foi invadida pela polícia, que apreendeu exemplares por causa da publicação de um manifesto de Carlos Lacerda. Júlio de Mesquita Filho fez, então, uma denúncia à Associação Interamericana de Imprensa (AII).

Ainda em 1956, foi publicado pela primeira vez o *Suplemento Literário*, um dos marcos da imprensa cultural brasileira. Ele divulgava textos inéditos de nomes como Carlos Drummond de Andrade e Lygia Fagundes Telles, além de obras de artistas da época. Em 1958, foi inaugurada pelos irmãos Mesquita a *Rádio Eldorado*, AM 700kHz. “O objetivo era levar ao ouvinte uma programação eclética, de qualidade, com glamour e com locutores de voz de veludo. Uma dessas vozes foi de José de Ávila Barroso, um dos principais apresentadores, que fez, inclusive, a inauguração.”<sup>28</sup>

Em 1964, *O Estado* começou apoiando o movimento militar que depôs o presidente João Goulart, defendendo uma intervenção militar transitória. Retirou o apoio e passou a fazer oposição, entretanto, ao perceber que os radicais de extrema direita queriam a perpetuação dos militares no poder. Em 1966, foi lançado o *Jornal da Tarde*<sup>29</sup> sob a direção de Ruy Mesquita, filho de Júlio de Mesquita Filho, marcando uma revolução gráfica e editorial no jornalismo

---

<sup>27</sup> ESTADÃO ACERVO, 2012. Disponível em [http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada\\_1940.shtm](http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_1940.shtm). Acesso em 22 de dezembro de 2012.

<sup>28</sup> ESTADÃO ACERVO, 2012. Disponível em [http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada\\_1950.shtm](http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_1950.shtm). Acesso em 22 de dezembro de 2012.

<sup>29</sup> No dia 31 de outubro de 2012, o *Jornal da Tarde* publicou a sua última edição, após 46 anos de trajetória. “O *Jornal da Tarde* deixará de circular por uma decisão empresarial, tomada para o aprimoramento do foco estratégico do Grupo Estado. A última edição sairá no dia 31 de outubro. A determinação leva em conta o objetivo de investir na marca *Estadão* com uma estratégia multiplataforma integrada (papel, digital, áudio e vídeo e mobile), para levar maior volume de conteúdo a mais leitores, sem barreira de distância e custos de distribuição.” (JORNAL DA TARDE, 2012). Disponível em <http://blogs.estadao.com.br/jt-cidades/jt-encerra-trajetoria-vitoriosa-de-46-anos/>. Acesso em 22 de dezembro de 2012.

brasileiro, com inovação e exclusividade de suas reportagens<sup>30</sup>. A primeira edição trazia um furo: *Pelé casa no carnaval*. No mesmo ano, começou a circular o caderno *Turismo* que, em 1991, passou a se chamar *Viagem*.

Em fevereiro de 1967, a tiragem ultrapassava 340 mil exemplares. Em setembro, a AII protestou contra a censura sofrida pelo jornal ao comentar a morte do ex-presidente Castello Branco. Em 1968, foi baixado o Ato Institucional nº 5, quando *O Estado* foi impedido de circular. A partir daí, começa a censura nas redações de *O Estado de S. Paulo* e *Jornal da Tarde*. Entre os anos de 1970 e 1974, os jornais se recusaram a substituir as matérias cortadas pelos censores e publicam versos de *Os Lusíadas*, de Camões, e receitas de bolos e doces, com o objetivo de apontar a arbitrariedade aos leitores.<sup>31</sup>

Em 1969, morreu Júlio de Mesquita Filho, e Júlio de Mesquita Neto assumiu a direção de *O Estado*. Em 4 de janeiro de 1970, foi criada a *Agência Estado*, para dar suporte operacional às unidades de mídia do Grupo. Quatro funcionários trabalhavam vendendo notícias e imagens via telex e Telefoto para clientes externos. No dia 4 de janeiro de 1975, centenário da fundação do jornal, foi suspensa a censura na redação.

Em 1985, Ruy Mesquita Filho assumiu a direção do *Jornal da Tarde* e Júlio César Ferreira de Mesquita e Francisco Mesquita Neto tornam-se diretores de *O Estado*. João Lara Mesquita assumiu como diretor da *Rádio Eldorado*. No ano seguinte, foi lançado o *Caderno 2*, marco do jornalismo cultural brasileiro.

O objetivo do caderno era fazer jornal com cara de revista diária, trazendo informação sobre artes, variedades, cultura, lazer e comportamento. Foi o maior sucesso publicitário em um lançamento, com classificados de bares, restaurantes, cinema e leilões de arte. A primeira edição teve 16 páginas e tiragem de 576 mil exemplares. Foram colaboradores do Caderno 2 Mario Prata, Ruy Guerra, João Ubaldo Ribeiro, Paulo Francis e Luiz Fernando Veríssimo.<sup>32</sup>

Em 1987, começou a ser publicado o suplemento semanal infantil *Estadinho*. Em 1991, *O Estado* foi editado totalmente em cores pela primeira vez. Em 1992, o Grupo Estado adquiriu a Broadcast, com um sistema mais ágil que entregava as informações diretamente no terminal do executivo, ampliando a atuação da *Agência Estado*. Em 1996, morreu Júlio de Mesquita Neto e Ruy Mesquita assumiu o cargo de diretor de *O Estado*.

<sup>30</sup> ESTADÃO ACERVO, 2012. Disponível em [http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada\\_1960.shtm](http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_1960.shtm). Acesso em 22 de dezembro de 2012.

<sup>31</sup> ESTADÃO ACERVO, 2012. Disponível em [http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada\\_1970.shtm](http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_1970.shtm). Acesso em 22 de dezembro de 2012.

<sup>32</sup> ESTADÃO ACERVO, 2012. Disponível em [http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada\\_1980.shtm](http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_1980.shtm). Acesso em 22 de dezembro de 2012.

Em 2000, foi lançado oficialmente o portal *Estadão*, reunindo todo o conteúdo produzido pelo Grupo Estado – os jornais *O Estado de S. Paulo* e *Jornal da Tarde*, Agência Estado, Rádio Eldorado e Listas Oesp Estadão. Em 2004, *O Estado* passou por uma reforma gráfica e ganhou novos cadernos e seções, como o *Aliás*, com um resumo dos principais acontecimentos da semana. Em 2005, passou a circular o suplemento *Paladar*, de gastronomia. Em 2008, a edição digital de *O Estado* ganhou uma versão mais moderna com a tecnologia *digital paper*, em que é possível a leitura do jornal como se o leitor estivesse folheando as páginas da edição impressa.

Em 2009, *O Estado* lançou o projeto *.edu*, caderno mensal e multimídia voltado para educação. Em 31 de julho do mesmo ano, uma liminar proibiu *O Estado* de noticiar uma investigação sobre o filho de Sarney, a *Operação Boi Barrica*, da Polícia Federal. Em 2010, *O Estado* foi o primeiro jornal brasileiro a desenvolver um aplicativo especialmente para o *iPad*. Em 2011, estreou a rádio *Estadão ESPN*<sup>33</sup>, FM 92,9 ou AM 700, uma parceria entre o Grupo Estado e a ESPN Brasil.

Segundo dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC) de 2012, *O Estado de S. Paulo* foi o jornal que mais cresceu em circulação em 2011 dentre os maiores diários nacionais. A circulação do jornal aumentou 7,5%, chegando a uma média diária de 254.214 exemplares, 17.845 a mais que os números de 2010.<sup>34</sup> Ainda em 2012, o portal *Estadão* teve 106,5 milhões de visitas em dezembro, consolidando-se como um dos três maiores sites de notícias do país.

#### 4.2 “Adestrando focas”

Conforme já mencionado, o “Focas” existe desde 1990 com o mesmo objetivo, mas teve mudanças substanciais ao longo dos anos, tanto no conteúdo do programa quanto na introdução de novas atividades. Por exemplo: desde 2012, logo no começo do curso, os focas são informados que terão “padrinhos”, escolhidos por sorteio. Eles são editores, editores-executivos ou repórteres especiais que se voluntariam para “adotar” um foca e ajudá-lo durante a experiência de três meses e meio na empresa. Eles podem colaborar tanto tirando dúvidas sobre o cotidiano da redação, conversando sobre a profissão ou ajudando com os exercícios passados durante o curso. A iniciativa tem como objetivo contribuir com a ambientação do foca no Grupo Estado.

---

<sup>33</sup> A partir de 2013, foi encerrada a parceria entre o Grupo Estado e a ESPN Brasil, e a rádio passou a se chamar Rádio Estadão.

<sup>34</sup> ESTADÃO ACERVO, 2012. Disponível em [http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada\\_2010.shtm](http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_2010.shtm). Acesso em 22 de dezembro de 2012.

A estrutura do programa, no entanto, não passou por muitas alterações. Na parte da manhã, os alunos têm palestras com profissionais do jornalismo – em geral, jornalistas já consagrados do próprio Grupo Estado – que falam sobre a situação de suas respectivas áreas e como elas são conduzidas dentro da empresa. As apresentações tendem a seguir as divisões internas da redação: Cultura, Economia, Política, Esportes, Ciência e Saúde, Educação, Internacional, entre outras.

O principal atrativo dos cursos é a oportunidade de frequentarem a palestra dos jornalistas que estão localizados nas posições de maior prestígio, que já detém nomes consagrados: os editores, os colunistas e os correspondentes internacionais (ou seja, aqueles jornalistas que já adquiriram um prestígio tão consolidado que possuem sua própria coluna assinada ou realizam as tarefas que mais recursos consomem do jornal, tais como as coberturas internacionais). Os temas das palestras seguem a segmentarização temática interna do jornal: “jornalismo político”, “jornalismo esportivo”, “jornalismo cultural”, etc. São os jornalistas posicionados em posições hierarquicamente superiores na empresa que definem o que é jornalismo, baseado nas próprias experiências pessoais. (LOBO, 2010:20)

Eles também têm, quase que semanalmente, entrevistas coletivas relacionadas a essas áreas. A partir dessas entrevistas, são cobrados exercícios, a serem corrigidos ou pelo palestrante da respectiva área, ou pela coordenadora do curso e também coordenadora de desenvolvimento editorial do Grupo Estado, Carla Miranda (que passou a ocupar o cargo, anteriormente de Francisco Ornellas, a partir da última edição). Após a correção dos exercícios, é feito um *feedback* em grupo sobre o desempenho dos alunos. São apontados os principais erros e acertos sendo, muitas vezes, citados os autores dos mesmos na frente dos colegas.

Além disso, os alunos têm aulas teóricas de jornalismo, que incluem temas como reportagem e apuração. Os focas também têm aulas teóricas de política, economia, ética, filosofia e gramática, com profissionais de outras instituições contratados para o curso. Na última edição, por exemplo, os professores foram, respectivamente, Cláudio Couto (Fundação Getúlio Vargas – FGV), Marcos Fernandes (FGV), Carlos Alberto di Franco (Universidade de Navarra), Luiz Felipe Pondé (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP) e Sérgio Nogueira (instrutor de português da Rede Globo). Os focas tiveram, ainda, aulas práticas de Reportagem Assistida por Computador (RAC) com a ONG Contas Abertas e com o coordenador do projeto *Estadão Dados*, José Roberto Toledo, de Infografia, Marketing Pessoal, Excel e treinamento do sistema Hermes, estas com profissionais do Grupo Estado.

A coordenadora Carla Miranda afirma que o curso oferece uma base teórica forte, e que não há uma grande preocupação com o ensino de ferramentas tecnológicas. Conforme ela explicou durante a elaboração da obra *Mapeamento dos programas de treinamento nas empresas de comunicação em 2012 – uma relação necessária: academia e mercado*:

“Ah, vamos dar aula de *Tumblr*? Vamos dar aula de *Pinterest*? Vamos dar aula de *Storify*?” Eles vão rir porque não é a nossa função. Então o que procuramos é ensinar jornalismo. Sabe o bom e velho jornalismo? [...] O que posso dizer depois de receber tanto jornalista novo é que, se eu pudesse sugerir alguma coisa para dar um foco nas universidades, além da questão do português, claro [...], eu daria importância, por incrível que pareça, para uma disciplina chamada lógica. Todo homem é mortal, Sócrates é homem, logo Sócrates é mortal. Porque eles estão tão acostumados com informações fragmentadas que se eu conseguir montar esse raciocínio um pouco mais linear, tudo bem. Para a internet não precisa, mas ainda temos um monte de jornais. Acho que todos os nossos grupos ainda ganham dinheiro com jornal mesmo. (MIRANDA *apud* CARDOSO *et al* in: TEIXEIRA, 2012:34)

Já na parte da tarde, os alunos têm a “prática jornalística”, ou seja, a experiência na redação, a partir da terceira semana de curso (no caso da última edição, em que o tempo da prática na redação foi aumentado). Divididos em duplas ou trios, eles passam uma semana em cada uma das editorias do jornal, produzindo matérias, ajudando os repórteres na apuração, sugerindo pautas, participando de reuniões de pauta e de todas as atividades vividas na redação em geral. Ali, as matérias produzidas pelos alunos são publicadas no jornal e, desde 2012, eles podem assiná-las, com a designação “Especial para o Estado<sup>35</sup>”. Além de passar por todas as editorias do jornal impresso, também passam pela *Rádio Estadão ESPN* (que, a partir de 2013, passou a se chamar *Rádio Estadão*), portal *Estadão*, *Agência Estado* e *TV Estadão*, que integram o Grupo Estado juntamente com o jornal *O Estado de S. Paulo*.

No entanto, os alunos não podem sair da empresa para fazer coberturas para as editorias nem utilizar o carro do jornal, pois não têm direito ao seguro de vida do qual se beneficiam os repórteres. A coordenadora do curso, Carla Miranda, afirma que está tentando mudar essa situação, pois os alunos perdem muitas oportunidades deixando de ir para a rua. No caso da produção de matérias para os exercícios do curso, os alunos estão liberados para sair, pois o fazem por conta própria. Eles podem, no entanto, fazer telefonemas da redação, pois recebem uma senha individual que os permite fazer ligações locais e interurbanas. Eles podem, também, fazer ligações internacionais, mediante autorização.

---

<sup>35</sup> Até 1999, os focas não podiam publicar textos. Foi neste ano que começou a ser produzido o caderno especial da turma, publicado sempre no final do curso, com reportagens dos alunos e edição de profissionais da redação de *O Estado de S. Paulo*.

Além disso, os focas produzem, ao longo do curso, um caderno especial, geralmente de oito páginas, publicado na edição impressa de *O Estado de S. Paulo* do sábado posterior ao fim do curso, com veiculação nacional. Há também uma versão para o portal, acompanhada de uma parte multimídia: *podcast*, vídeo, infográfico. A cada ano, é escolhido um tema diferente do caderno e, ao longo do curso, os focas discutem possíveis temas e pautas. Depois, produzem as matérias, que podem ser individuais, em duplas ou em grupos. Na 23ª edição, o caderno teve o título de *Nós da cidade*<sup>36</sup> e apresentava os principais problemas de São Paulo divididos pelas regiões. A ideia principal do caderno era apresentar números concretos com as demandas de vários bairros, tendo em vista a nova gestão municipal do ano seguinte.

Os exercícios passados ao longo do curso são, em sua maioria, matérias que os alunos têm que produzir a partir de determinado tema. Geralmente, eles estão associados a alguma atividade específica – no caso do exercício de política da 23ª edição, por exemplo, o editor-assistente da editoria “Nacional” do *Estadão*, Iuri Pitta, levou a turma para visitar a Câmara Municipal de São Paulo, onde eles conheceram o seu funcionamento e tiveram contato com vereadores. Em seguida, cada um teria que produzir uma matéria de 30 linhas sobre um determinado vereador, decidido por sorteio. Este poderia ser algum cujo mandato se encerraria em 2012 ou algum eleito em outubro, cujo mandato se iniciaria em 2013. A matéria não poderia se limitar a um perfil – deveria haver um gancho, uma notícia, a ser descoberta na conversa com o próprio vereador, com pessoas relacionadas a ele, com pesquisa etc.

Outro exemplo de exercício foi o passado por Luiz Carlos Ramos, jornalista por muitos anos e, atualmente professor de reportagem do curso e também da PUC-SP. Na primeira sexta-feira do curso, ele levou a turma (cuja maioria dos alunos é de outros estados) para um passeio pelo centro de São Paulo, explicando sobre lugares como Praça da Sé, Pátio do Colégio, Impostômetro, Viaduto do Chá, Praça da República, entre outros. Em seguida, deixou os alunos livres para procurarem pautas relacionadas à região. As matérias de 30 linhas deveriam ser entregues até o fim de domingo.

Nem todos os exercícios, no entanto, se limitavam à produção de matérias. Um deles, proposto na aula de apuração por Marcelo Beraba, diretor da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) e da sucursal de *O Estado de S. Paulo* no Rio de Janeiro, dividia a turma em grupos e cada um deles recebia uma reportagem diferente. Os grupos deveriam estudar como foi feita a apuração da reportagem, entrando em contato com o

---

<sup>36</sup> Um especial on-line do caderno, também produzido pelos focas, pode ser conferido no link <http://blogs.estadao.com.br/focas-2012>. Acesso em 14 de fevereiro de 2013.

repórter autor de cada uma delas e descobrindo como ele procedeu na elaboração da matéria. Em seguida, os grupos fizeram uma apresentação em sala de aula sobre a investigação.

Na 23ª edição, os alunos tiveram, ao todo, 19 exercícios. Cada um desses exercícios recebe um conceito (Muito Bom, Bom, Médio e Ruim) que, ao final do curso, compõe a nota individual do aluno. Esta é constituída, além da média das notas dos exercícios, pela nota da redação (avaliação feita pelo editor de cada editoria por qual o aluno passa durante uma semana) e pelo desempenho na elaboração do caderno final. Passado um mês de curso, os focas têm um *feedback* individual com a coordenadora, quando ela informa as notas até então obtidas pelo aluno, a sua evolução e desempenho geral no curso.

Nos últimos dias do curso, cada um dos alunos tem uma entrevista de 40 minutos com um representante do Departamento de Recursos Humanos do Grupo Estado, na qual se questiona suas impressões sobre o curso, sobre o jornalismo e suas preferências dentro do jornal e é montado o perfil de cada um. À nota final é associado o desempenho nesta entrevista, e o resultado final forma a posição do aluno no *ranking*. Carla Miranda costuma falar que, geralmente, o *ranking* feito pelo RH é quase igual ao *ranking* calculado por ela. Os cinco primeiros do *ranking* são os que, teoricamente, têm vaga certa no Grupo Estado. Entretanto, esse número varia – na última edição, por exemplo, os alunos foram informados, ao final do curso, que seriam de seis a oito vagas reservadas para os focas.

No entanto, os primeiros do *ranking* não são contratados pelo regime regular de contratação de repórteres, mas sim pelo programa específico para o curso, o *Foco nos Focas*. Neste programa, a vaga do aluno não é de repórter, mas sim, justamente, de foca. Ele também não é contratado pelo editor – como a coordenadora Carla Miranda costuma dizer, o salário dos focas é “pago pelo bolso de Roberto Gazzi”, o diretor de desenvolvimento editorial do Grupo Estado. A carga horária de trabalho dos focas é de cinco horas e, por isso, o salário pago está abaixo do piso salarial dos jornalistas. O programa dura um ano e, ao fim desse período, o foca pode ser contratado, efetivamente, como repórter 1. Os contratados pelo programa *Foco nos Focas* passam por avaliações trimestrais dos tutores nas editorias, de modo que são conferidos a sua disposição, desempenho e evolução.

Ainda assim, mesmo os focas que não ficaram entre os primeiros lugares do *ranking* têm chance de ser contratados, no caso de abrir vagas nas editorias. Inclusive, um editor pode ter preferência por algum foca e pedir especificamente para contratá-lo. No entanto, não há certeza de ser chamado e essas contratações costumam ser posteriores às dos focas dos primeiros lugares do *ranking*. Na penúltima edição, a 22ª, ao todo 17 focas foram contratados.

Nos últimos cinco anos temos contratado uma média de 50%, bastante alta. E contratar com contrato. Outras empresas falam que contratam, que aproveitam 90%, mas aproveitamento é diferente de contratação. É um *freelance* fixo, ocasional, entra ali na métrica e acaba. Então, quando eu digo 50% de contrato, é de contrato. (MIRANDA *apud* CARDOSO *et al* in: TEIXEIRA, 2012:35)

Além disso, em 1994, foi constituído o *Banco Estado de Talentos*<sup>37</sup>, através do qual o Grupo Estado oferece ao mercado os currículos dos jovens jornalistas que frequentaram o programa. O relatório da 22ª edição do curso afirma que “já no décimo primeiro ano desde a criação, o *Banco Estado de Talentos* é reconhecido como provedor potencial de mão de obra qualificada por dezenas de empresas brasileiras”.

Geralmente, o curso começa em setembro e termina em dezembro, com as inscrições ocorrendo no primeiro semestre do ano. A seleção é feita, primeiramente, por análise de currículo e provas on-line de português, inglês e conhecimentos gerais. Além disso, os candidatos devem responder a perguntas como “Por que você escolheu ser jornalista?”, “Por que você quer fazer o *Curso Intensivo de Jornalismo Aplicado do Estado?*” e “Na sua opinião, qual foi o fato mais marcante do ano passado e por quê?”.

Noventa pessoas são selecionadas para a fase seguinte, que é presencial e dura três dias. A cada dia, um grupo de 30 candidatos faz uma nova prova de conhecimentos gerais na sede de *O Estado de S. Paulo*. Além disso, eles também precisam escrever uma matéria em português compilando informações de três textos em inglês. Essa fase acontece durante a manhã e, em seguida, os candidatos almoçam no restaurante do jornal e conhecem a redação e a gráfica. Depois, eles são informados sobre quem ficará para a última fase, que acontece na parte da tarde. Os que não selecionados, são dispensados.

A última fase consiste em uma entrevista com a coordenação e o RH. Antes das perguntas, no entanto, o candidato passa por uma nova prova: ele deve fazer uma pergunta a uma determinada personalidade, que espera-se que ele reconheça através de uma foto. Passados os três dias de seleção, o resultado final sai logo em seguida, mais ou menos duas semanas antes do início do curso. O domínio do português é, segundo Carla Miranda, o critério mais importante – e também o mais preocupante, uma vez que as deficiências, principalmente no “Foca Econômico” (que será explicado adiante), são significativas.

Para participar do curso, é necessário ter se formado em jornalismo há, no máximo, dois anos, ou estar no último ano da faculdade. Apesar de vários jornalistas palestrantes serem

---

<sup>37</sup> A relação pode ser vista na internet pelo link [www.estadao.com.br/talentos](http://www.estadao.com.br/talentos).



contra a exigência do diploma, este ainda é exigido para a participação no curso – diferentemente, por exemplo, dos treinamentos dos Grupos Folha e Abril. Em relação à restrição dos dois anos de formado, o ex-coordenador do curso, Francisco Ornellas, explica: “Eu imagino que o jornalista com mais de dois anos de formado que se disponha a fazer um curso de foca não emplacou no mercado. Ou seja, ele foi vetado pelo filtro do mercado.” (ORNELLAS *apud* LOBO, 2010:21)

Os focas não recebem nenhum tipo de bolsa para participar do curso – uma conquista da última edição foi que os patrocinadores pagassem “meio almoço” para a turma no restaurante do *Estadão*. Assim, na primeira metade do curso, os focas tiveram o almoço financiado.

O *Curso Intensivo de Jornalismo Aplicado do Estado* também disponibiliza de duas a três vagas para alunos estrangeiros, além das trinta vagas regulares, mas elas não são ocupadas em todas as edições. Quando têm interesse em participar, os alunos estrangeiros devem entrar em contato com a coordenação do curso e preencher uma ficha de admissão para estrangeiro, onde constam: dados pessoais, dados acadêmicos/profissionais, carta de recomendação assinada pelo diretor da escola de origem do candidato, termo de compromisso e avaliação dos coordenadores. Também é necessário ter fluência no português. Ao todo, 11 estrangeiros participaram do curso, em nove edições – a última foi em 2009. Eles eram do Chile, Estados Unidos, Alemanha, Espanha, Peru, Portugal e Argentina.

Em 2012, a 23ª edição do curso teve focas de nove cidades diferentes de todo o Brasil (considerando as cidades em que eles moravam quando participaram da seleção do curso). Em relação aos estados, 12 eram de São Paulo, quatro de Santa Catarina, quatro de Minas Gerais, três do Rio Grande do Sul, dois da Bahia, dois de Pernambuco, dois do Rio de Janeiro e um do Paraná. Foram selecionados 19 homens e 11 mulheres, com idade entre 21 e 30 anos e uma média de idade de 23 anos. Seis concluíram a faculdade de jornalismo em 2010, 12 concluíram em 2011 e 12 em 2012.

O curso tem patrocínio de empresas – conforme afirma o relatório da 22ª edição, “o Grupo Estado busca parcerias como forma de ampliar seus objetivos. Coloca-se em prática, desta forma, a tese de que à iniciativa privada também cabe responsabilidade no aprimoramento profissional da comunidade”. A edição de 2012, a 23ª, foi patrocinada pela Odebrecht e Philip Morris Brasil (PMB). Esta última, desde 1995, é parceira do curso, com exceção do ano de 1999, cujos patrocinadores foram HSBC, Motorola e Siemens. Já a Odebrecht patrocina o “Focas” desde 2003. A cada ano, no entanto, os patrocinadores

costumam mudar – na edição de 2011, por exemplo, além da Odebrecht e PMB, as empresas Vivo e Syngenta também foram patrocinadoras. No primeiro ano do curso, em 1990, os patrocinadores foram a Bolsa Mercantil e a Monsanto.

Desde a primeira edição, as empresas patrocinadoras financiam viagens do grupo para conhecer suas instalações. A PMB leva, todo ano, a turma até Santa Cruz do Sul, cidade do Rio Grande do Sul onde fica a fábrica de cigarros da companhia e grande parte das plantações de tabaco brasileiras. A Odebrecht muda, a cada ano, o destino, sendo este sempre um lugar no qual a construtora conduz alguma obra. Em 2012, a turma foi para o Rio de Janeiro visitar as obras do Porto Maravilha e do Maracanã. Nessas viagens, geralmente com duração de um a três dias, os alunos assistem a palestras e conhecem detalhes da atuação de cada uma das empresas. Eles também têm que fazer exercícios sobre as experiências – geralmente, produzem matérias relacionadas aos temas.

O *Curso Intensivo de Jornalismo do Estado* é, desde 1992 (3ª turma), quando estabeleceu uma parceria com a Faculdade Cásper Líbero, credenciado como Extensão Universitária em jornalismo. Em 1996 (7ª turma), foi firmado o convênio de cooperação entre o Grupo Estado e a Faculdade de Comunicação da Universidade de Navarra, uma das mais conceituadas do mundo. Por isso, o programa teve a colaboração de professores da universidade espanhola na elaboração de seu currículo, de modo a atender às exigências da legislação em vigor.

Desde 2011, o Grupo Estado também passou a promover o *Curso Estado de Jornalismo Econômico* (o “Foca Econômico”), que começou com duração de um mês e turma formada por ex-alunos que acabavam de fazer o *Curso Intensivo de Jornalismo Aplicado* naquele mesmo ano, além de jovens profissionais que já atuavam nas redações do Grupo Estado. Em 2012, o curso passou a ter dois meses, com 25 vagas para inscrições e processo seletivo abertos a todos os recém-formados em jornalismo ou estudantes que cursavam o último semestre. Outras cinco vagas foram preenchidas por jovens profissionais do Grupo Estado.

Em 2013, a duração do curso passa para três meses, devido à extensão do conteúdo. O “Foca Econômico” tem a mesma estrutura que o curso tradicional de jornalismo aplicado, com aulas ministradas por professores da FGV e atividades monitoradas pela equipe de jornalistas econômicos do Grupo Estado, como a prática de entrevistas com especialistas em economia e o desenvolvimento de um suplemento especial de fim de curso, distribuído pela Agência Estado, além da prática na redação. O objetivo é especializar jovens profissionais na

modalidade do jornalismo econômico, área com a qual poucos jornalistas estão familiarizados, motivo pelo qual é comum encontrar erros em matérias de economia nos jornais. Os “focas econômicos” ganham certificado válido de curso de extensão em macroeconomia e finanças pela FGV.

#### **4.3 Estudo de caso**

Optei por fazer, no final deste trabalho, uma análise pessoal do *Curso Intensivo de Jornalismo Aplicado do Estado* enquanto foca da última edição. Apresentarei aqui o significado dessa experiência para alguém que está entrando na profissão e acabou de fazer o curso de três meses e meio, dando minhas impressões sobre o método, as demandas e as contribuições, bem como minha visão sobre o que podemos esperar do jornalismo atualmente, após este contato real com nosso campo de atuação.

É importante frisar que as minhas palavras representam a voz de toda a turma da 23ª edição do curso. Não apresentarei a minha visão especificamente, mas sim a visão geral dos 30 focas, que traduzo aqui como uma impressão pessoal. Muitas foram as discussões ao longo do curso, não apenas sobre ele próprio, mas também sobre nosso campo de atuação. Essas discussões se prolongaram mesmo após o término do curso, pelas redes sociais. Através de *chats*, pude conversar com meus colegas a respeito dos pontos que abordaria neste trabalho e, assim, obtive as opiniões de cada um e da turma como um todo, que concorda em muitos aspectos. Conforme já mencionado na introdução, não vou citar nenhum foca especificamente, respeitando o anonimato dos mesmos.

Após as inúmeras conversas que tivemos a respeito da situação atual do nosso campo de atuação, a palavra que poderíamos extrair como tradução do nosso sentimento é *descontentamento*. Como uma estudante universitária de jornalismo, vejo que a decepção não é exclusiva dos focas, mas dos aspirantes a jornalistas em geral, que se lamentam não apenas com o fim da exigência do diploma (visto como uma desvalorização da profissão), mas também com as condições de trabalho e os salários. Muitos de meus colegas reclamavam que a situação só é assim porque foi plenamente aceito, por jornalistas e não jornalistas, que estas são as condições normais da profissão, sempre será assim e devemos nos contentar com elas: a realidade do jornalista é trabalhar muito mais do que deve, ganhar muito menos do que merece e nunca saber como será o dia de amanhã. Comentava-se durante o curso, inclusive, que ouviram o diretor de conteúdo do Grupo Estado, Ricardo Gandour, dizer que “jornalista bom é aquele que chega mais cedo e sai mais tarde da redação”.

A crise do jornalismo, diretamente relacionada à informatização da sociedade e à explosão de notícias na internet, faz com que nos questionemos sobre o futuro da profissão. Esse fato foi constatado numa pesquisa de Tony Queiroga (2010) feita com 225 jornalistas e exposto em um artigo que aborda as mudanças no jornalismo a partir do advento da internet: “Como resultado desses tempos de grandes mudanças, decididamente existe um certo ‘mal-estar’ na profissão. Ele se expressa no substancial nível de pessimismo entre os jornalistas investigados em relação ao futuro da profissão”. (QUEIROGA, 2010:42)

Ainda assim, Nilson Lage (2001) contesta os críticos que defendem que, com a produção e veiculação de mensagem ao alcance de todos, profissões como a de jornalistas tendem a desaparecer.

A prática tem mostrado que, entre as informações de origem duvidosa, [...] o internauta procura a informação profissional competente. [...] Isso não é novo: embora câmaras fotográficas de alta qualidade existam, há décadas, ao alcance de pessoas de salário médio, os fotógrafos profissionais não desapareceram porque é outra sua relação com o equipamento e, de modo geral, com o tema retratado. (LAGE, 2001:49-50)

Apesar de todos da minha turma de focas estarem insatisfeitos com a situação atual do jornalismo, até mesmo questionando-se até quando “duraria” a profissão (levando-se em conta as demissões em massa e os sucessivos fechamentos de jornais e revistas, que denotam a crise do jornalismo impresso), poucos cogitavam mudar de campo de atuação. Meus colegas reclamavam, mas queriam continuar jornalistas – certamente, em parte por conta da falta de força de vontade de buscar novos caminhos, começar outra faculdade etc, mas também (e principalmente) porque é disso que gostam de fazer. Afinal, ainda que eles não tivessem vivenciado a crise na prática, os problemas já existiam quando fizeram o vestibular, e escolheram o jornalismo porque foi a profissão com a qual se identificaram e que despertou sua paixão. Esse fato era perceptível quando conversávamos sobre nossas opções de trabalho e a maioria não se mostrava aberta a atuar em campos alternativos, nem mesmo dentro do próprio jornalismo, como é o caso das assessorias de imprensa. Todos concordavam que esta área oferece maiores salários e melhores condições de trabalho, mas também demonstravam um certo desprezo (não apenas com a área, mas até mesmo com quem atua nela).

Assim, apesar das adversidades, meus colegas querem trabalhar em jornais, revistas, televisão e rádio (os dois últimos, em menor proporção). Da mesma forma, são muitas as críticas feitas ao *Curso Intensivo de Jornalismo Aplicado do Estado*, mas é unânime que a experiência valeu a pena. Vou elencar, a seguir, o que os focas da 23ª edição consideraram

que o curso teve a oferecer a eles (e também o que acreditam que o Grupo Estado procura com a iniciativa), e os aspectos negativos observados pela turma em relação ao curso, enfatizando três deles.

#### **4.3.1 Vantagens do curso para os alunos e para o Grupo Estado na visão dos focas**

Em conversas com meus colegas nas redes sociais, constatei que, na visão deles, as três principais vantagens que o curso tem a nos oferecer são as seguintes (em ordem de importância):

1. *Networking* – O curso proporciona a oportunidade de conhecer pessoas do meio e fazer amigos que já estão no mercado. A experiência na redação nos dá a chance de conseguir contatos de profissionais do Grupo Estado que têm capacidade de oferecer vagas e até mesmo contatos de outros veículos. Deste modo, as chances de ser indicado para alguma vaga em aberto são muito maiores com a passagem pelo programa. Além disso, a própria turma de focas estabelece uma rede de contatos e, quando o curso acaba, os colegas se ajudam entre si, divulgando vagas e indicando uns aos outros. É inegável o fato de que as oportunidades se tornam muito mais amplas com a participação no curso. É comum, por exemplo, a coordenação do curso entrar em contato com focas, mesmo os que não estão no topo do *ranking*, para convidá-los para “frilas” no Grupo Estado<sup>38</sup>.

2. Prestígio – A tradição e visibilidade do curso são elementos que fazem a diferença no currículo de um jornalista recém-formado. Ter participado do “Focas” representa não apenas um diploma de extensão universitária, mas também o certificado de ter passado por uma dura seleção com concorrentes de todo o país. Essas são características buscadas pelos iniciantes, que não costumam ter uma vasta experiência profissional e muitas vezes conseguem se posicionar no mercado por conta dessas qualificações. Assim, listar o “Focas” (ou outro curso de treinamento renomado) no currículo é extremamente desejável.

3. Formação – O aprendizado prático e a vivência de redação configuram uma experiência profissional que dificilmente o foca terá adquirido durante a faculdade e que certamente o tornarão mais preparado para quando ele ingressar efetivamente no mercado.

---

<sup>38</sup> Durante a elaboração deste trabalho, por exemplo, duas focas, que já moravam em São Paulo, foram convidadas para um “frila” durante o mês de janeiro no departamento de correspondentes do *Estadão*. Segundo a coordenadora, o critério de escolha não foi o *ranking*, e sim a proximidade, uma vez que, um mês após o curso, os focas de outras cidades costumam já ter voltado para casa. Outro foca, morador de Porto Alegre, recebeu um pedido da *Rádio Estadão* para ir até a cidade de Santa Maria, no Rio Grande do Sul, cobrir a tragédia que deixou mais de 230 mortos por conta de um incêndio em uma boate, na madrugada de 27 de janeiro.

Atuar na rotina de um dos maiores jornais do país é extremamente agregador para a formação deste estudante. Além disso, no curso, o foca adquire também uma base teórica através de aulas que, por mais que ele tenha assistido na graduação, consolidarão temas com os quais ele não teve o contato adequado.

Já em relação ao que o Grupo Estado busca com o curso, na visão da turma, são três itens, principalmente:

1. Modelagem – Conforme já visto anteriormente, os jornalistas saem despreparados da universidade. Deste modo, o curso serviria como um complemento da formação, voltado à prática e ao modelo de produção do próprio Grupo Estado. Os jovens jornalistas, por serem inexperientes, são mais “modeláveis” conforme as demandas da empresa.

2. Garimpo - A visibilidade e periodicidade regular do curso permitem que eles recebam milhares de inscrições todo ano. Isso representa uma grande oferta de opções onde eles podem escolher à vontade os ditos “melhores”.

3. Mão de obra barata - A dura seleção, antes e depois do curso, configura elemento de prestígio para o candidato escolhido, que aceita, posteriormente, trabalhar ganhando pouco.

Conforme descreveu um dos focas, “o que eles querem com o curso é selecionar os que têm mais potencial, complementar a sua formação universitária e empregá-los pagando pouco. Esse é o ciclo, a gente se beneficia no caminho”.

#### **4.3.2 Aspectos negativos do curso na visão dos focas**

Apesar de satisfeitos por terem a oportunidade de participar do “Focas” e obterem as vantagens mencionadas acima, meus colegas e eu observamos, durante e após o curso, vários aspectos negativos. As críticas abrangiam desde o método adotado pelo curso até a conduta do Grupo Estado em relação a seus funcionários.

Em relação ao método, um dos principais incômodos da turma era com os exercícios passados pelos palestrantes e pela coordenação. Na maioria das vezes, não recebíamos orientações claras sobre o que deveríamos fazer e, posteriormente, na correção, éramos cobrados por conta do que esperava-se que fizéssemos. Isso acontecia, principalmente, nas entrevistas coletivas que tínhamos quase que semanalmente. Normalmente, recebíamos a programação da semana seguinte na quinta ou sexta-feira da semana anterior e, assim, ficávamos sabendo quem seria o próximo entrevistado.

Quase sempre, a única orientação que recebíamos era que pesquisássemos sobre a pessoa, para não “passarmos vergonha” com perguntas despreparadas. Mas o costume era

sabermos qual seria o exercício cobrado somente depois de realizada a entrevista. Quando perguntávamos para a coordenadora sobre o que tínhamos que escrever, recebíamos respostas vagas do tipo “Não sei, só vou saber depois de ver que rumo terá a entrevista” ou “Qualquer tema relativo a educação” (no caso, por exemplo, da entrevista que tínhamos com uma especialista dessa área). Era comum as coletivas tornarem-se uma grande confusão, com os focas atropelando uns aos outros com perguntas (por vezes repetidas), sem seguir uma ordem de assuntos e deixando o entrevistado, por vezes, perdido.

A falta de orientação gerou irritação dos focas em alguns momentos – por exemplo, no exercício de política, quando o pedido era que “entrevistássemos um vereador e escrevêssemos sobre ele” (a maioria deduziu que era para fazer um perfil) e, na correção, o editor assistente de “Nacional” afirmou que deveríamos ter uma “notícia”. Na elaboração do caderno especial, esse problema também era recorrente, uma vez que éramos orientados por três pessoas – a coordenadora do curso, a editora do *Estadinho*, Aryane Cararo, e o repórter especial Pablo Pereira. Assim, muitas vezes ouvíamos recomendações de um que eram contestadas posteriormente por outro, e ficávamos sem saber como proceder com a reportagem.

Ainda assim, predominava a dúvida sobre se tal método se tratava de uma desorganização da coordenação do curso ou se era uma conduta proposital, que visava nos preparar para as muitas incertezas da profissão. Afinal, é comum na redação o repórter não ser suficientemente orientado e, na maioria das vezes, ter que seguir o seu “bom senso” – expressão que foi enfatizada muitas vezes ao longo do curso.

Outra reclamação constante era em relação à carga de trabalho exaustiva. Tínhamos aulas durante a manhã e a prática na redação a partir da tarde, que poderia se estender até a madrugada. A essa jornada deveríamos conciliar também os exercícios do curso, que requeriam telefonemas e saídas. O comum era ter vários exercícios acumulados e os prazos, apesar de variados, não costumavam ser muito longos (em um dos exercícios, após uma entrevista coletiva com o chefe de cozinha Rodrigo Barattino, recebemos a ordem de escrever um texto de 30 linhas em 30 minutos). Alguns deles eram bastante trabalhosos e os focas se viam sem tempo para realizar todas as tarefas que, evidentemente, ocupavam os fins de semana, madrugadas e qualquer tempo livre. Um dos focas declarou que:

As exigências do curso eram grandes. Matéria sobre os mais variados temas - o que tem lógica, pois nos permite experimentar as habilidades, gostos e aptidões -, uma encavalando com a outra, redação, caderno, tudo. Teve semana na qual minhas horas de sono não chegaram a vinte. Mas achei bom

terem exigido bastante. Isso nos deu uma espécie de escudo, pois sabemos lidar com “esporros” e o que os editores do *Estadão* querem. Isso nos deixou safos na hora de apurar.

Mais uma vez, tamanho esforço exigido dos focas tinha o objetivo de nos deixar “preparados” para o cotidiano do jornalismo. Quando a turma se queixava com a coordenadora, alegando que seria impossível conciliar as tarefas e pedindo extensão de prazos, a resposta era:

A vida de vocês é fácil. Vocês não têm filhos, então não têm desculpa. Se eu, que tenho um monte de trabalho para fazer ao mesmo tempo [referindo-se aos cargos de coordenação do ‘Focas’ e de desenvolvimento editorial do Grupo Estado], consigo, vocês têm que conseguir também.

Outro objeto de reclamação foi a cobrança sobre o jornalista atual ter que ser multimídia. Um foca fez a seguinte comparação: “Por acaso vocês vão à padaria e o cara que assa os pães também fica no caixa e empacota as compras?”. Essa demanda, no entanto, não era defendida por todos no jornal. Carla Miranda costumava dizer que, a partir das características pessoais, cada profissional tem uma especialidade.

Outro tema recorrente quando se discute o jornalismo a partir das novas tecnologias é o da necessidade de um profissional ter capacidade multimídia, de elaborar conteúdos simultaneamente para diversos meios e com diferentes linguagens. Essa, segundo Bortolotti, é uma visão que a maioria das empresas já abandonou. Isso porque uma só pessoa não daria conta de tudo. O jornalista, porém, sempre aconselha aos aprendizes do ofício que andem com uma câmera ou um telefone que faça tudo, pois, se acontecer uma coisa que o fotógrafo não está vendo, eles podem registrar para usar esse material posteriormente. (CARDOSO *et all* in: TEIXEIRA, 2012:48)

No entanto, para Luz (2010), é inconcebível o jornalista de hoje se limitar às suas atuações de outros tempos:

Reduzir as funções do jornalista ao que tradicionalmente lhe coube no passado é uma visão um tanto estreita para os dias atuais. Como podemos conceber um jornalista que não consiga manejar equipamentos tecnológicos de edição de fotos, vídeos, áudios e que não possua ao menos uma noção dos tipos de conteúdos possíveis para os meios e suportes que estão surgindo? Como um jornalista poderia não ter pelo menos a curiosidade de saber qual posição sua empresa ocupa no mercado, quais são as metas de quem a dirige e que o que move a concorrência não é mais a disputa pela informação, mas sim pela atenção do leitor? Disso dependerá também as perspectivas de seu crescimento profissional. (LUZ, 2010:261)



Tony Queiroga (2010) defende, justamente, que a solução para se enfrentar a crise do jornalismo é investindo na formação dos profissionais com o ensino das novas tecnologias, tanto nas instituições de ensino superior quanto nas próprias empresas. Ele afirma que “aumentar a qualidade e o impacto da informação jornalística [...], tarefa a qual as tecnologias da notícia podem dar forte contribuição, é um dos caminhos possíveis para, assim como ontem e hoje, podermos manter vivo o jornalismo amanhã e no dia depois de amanhã”. (QUEIROGA, 2010:48)

[...] a transformação dessa realidade precisa começar dentro das próprias escolas de jornalismo com o ensino das técnicas nas disciplinas de formação, bem como a valorização do treinamento entre os jornalistas nas redações, um descaso imperdoável das direções dos jornais. Um aspecto dessa questão é que a profissão de jornalista claramente precisa de formação continuada, no entanto, talvez nenhuma outra área profissional dedique tão pouco espaço para o aprimoramento do que o jornalismo produzido na grande imprensa nacional. (QUEIROGA, 2010:45)

#### **4.3.2.1 Inovação e conservadorismo**

Os focas também notaram certos paradoxos em relação ao que era falado para a turma e o que era feito no Grupo Estado. Um tema sempre abordado nas palestras e nas conversas com Carla Miranda era a “inovação”, lembrado fortemente durante as conversas com meus colegas. Os palestrantes em geral tinham o hábito de afirmar que essa era uma característica esperada de nós, uma vez que somos “o futuro do jornalismo e temos a missão de salvá-lo, trazendo novas ideias”, conforme chegou a declarar Ricardo Gandour. No mapeamento dos programas de treinamento feito pelo *Rumos Itaú Cultural*, há um capítulo que cita Carla Miranda em relação a esse assunto:

Carla Miranda diz que os estudantes que chegam às empresas jornalísticas têm uma concepção bastante antiquada do que é a mídia – “grande imprensa, burguesa, imperialista” – e de como ela se estrutura. Segundo a avaliação da jornalista, isso cria obstáculos para que os aspirantes ou iniciantes na profissão pensem de forma a inovar. “Cadê o novo? Cadê o ‘fora da caixa’?”, pergunta-lhes normalmente. (CARDOSO *et all* in: TEIXEIRA, 2012:45)

No entanto, o que percebíamos no curso é que não havia, de fato, abertura para tal inovação. Quando tentávamos fazer um texto que fugisse do usual, éramos repreendidos. No primeiro dia de aula, o professor de reportagem, Luiz Carlos Ramos, contou a história de um foca de outra edição que, em um exercício, escreveu uma matéria sem frases completas, em um estilo mais poético (algo como: “Praça da Sé. Sol. Um homem sentado. Pássaros.”). Ao

ser contestado, respondeu que “Gay Talese fazia assim”. O professor, então, retrucou que o aluno não era o Gay Talese e não poderia escrever de tal forma.

Durante nossas discussões nas redes sociais, um foca afirmou: “Eles querem um jornalista inovador, mas só nos estimulam a fazer o feijão com arroz que eles já fazem há décadas. Ou algum exercício propôs que pensássemos em algo minimamente diferente?” O conservadorismo na linha editorial foi observado por outro foca na área de esportes:

Eles continuam fazendo matérias ralas de relato de treino e de jogo. E isso não cabe mais hoje! O leitor sabe pela internet o que aconteceu em ambos. Vejo pouquíssimos perfis, pouca pauta histórica e nada de discussão tática ou estatísticas. O pior é pensar que o leitor achará o assunto chato, que não gosta de números. Ora, ele achará enfadonho se o repórter não souber escrever. Mas essa insistência em subestimar a inteligência de quem nos lê - e superestimar a nossa - me deixa nauseado.

Mauro Wolf (2009) aborda a questão dessa “inovação mascarada” ao falar da indústria cultural e da comunicação de massa – que não podem ser tratadas como coisas distintas, uma vez que têm a capacidade de atingir um grande número de indivíduos.

[...] Sob as diferenças, permanece uma identidade de fundo, mal dissimulada, a do domínio que a indústria cultural busca nos indivíduos: “A novidade que esta oferece continuamente é apenas a representação, em formas sempre diferentes, de algo igual; a mudança mascara um esqueleto, em que muda tão pouco quanto no próprio conceito de proveito, desde quando este conquistou o predomínio sobre a cultura”. (Adorno, 1967, p.8)  
[...] A máquina da indústria cultural gira sem sair do lugar: ela mesma determina o consumo e exclui tudo que é novo, que se configura como risco inútil, tendo elegido com primazia a eficácia de seus produtos. (WOLF, 2009:76-77)

À mesmice das notícias divulgadas pela mídia, Wolf também atrela o próprio processo de determinar a noticiabilidade de um acontecimento, envolvendo as questões práticas dele. Segundo o autor, as notícias são selecionadas, em parte, em função da possibilidade delas serem trabalhadas, levando-se em conta a limitação de recursos. Por isso, boa parte das notícias selecionadas tende a não envolver muitas novidades:

“Faz notícia” o que – tornado pertinente pela cultura profissional dos jornalistas – é suscetível de ser “trabalhado” pelo aparato sem muitas alterações e subversões do ciclo de produção normal. É óbvio que, no caso de eventos excepcionais, o aparato tem a elasticidade necessária para adaptar os próprios procedimentos à situação contingente. No entanto, em geral, a noticiabilidade de um acontecimento é avaliada em relação ao grau de integração que ele representa com respeito ao andamento normal e rotineiro das fases de produção. [...] A definição e a escolha do que é noticiável [...]

são sempre orientadas pragmaticamente, isto é, em primeiro lugar, para a “condição factível” do produto informativo a ser realizado em tempos e com recursos limitados. (WOLF, 2009:196-197)

Mais uma limitação à inovação mencionada por Wolf é a concorrência com outros veículos, que faz com que os jornais acabem baseando seu conteúdo a partir da suposição do que os concorrentes vão publicar. Essa atitude restringe as possibilidades de os jornais se permitirem dar espaço a novidades.

[...] A competição gera expectativas recíprocas, no sentido de que pode acontecer de uma notícia ser selecionada por se esperar que os meios de comunicação concorrentes também o façam. [...] “Elas desencorajam as inovações na seleção das notícias, que poderiam suscitar objeções por parte dos graus hierárquicos superiores: por sua vez, isso contribui para a semelhança das coberturas informativas entre noticiários ou jornais concorrentes” (Gans, 1979, p.177). (WOLF, 2009:224)

Os focas mencionaram também o conservadorismo na direção:

Institucionalmente, o *Estadão* é conservador ao tomar decisões. Se há um lucro menor, tratam de demitir. Não existe o bom senso de procurar outras formas de gerar receita. Aham que o problema está resolvido com um corte na folha de pagamento. Só que ela vai ficando menor, menor, menor... até o dia em que o jornal entrar em colapso. Porque você dá aos profissionais que lá estão uma carga de trabalho absurda. Eles estão transformando o jornalismo em escrita nas costas de anúncios.

#### **4.3.2.2 Um jornal a menos**

A questão da inovação pode ser diretamente relacionada a um momento especial que vivemos durante o curso e que foi mencionado pelos focas como um dos pontos mais importantes a serem abordados: o fim do *Jornal da Tarde*. Conforme já informado anteriormente no subcapítulo “A história do Grupo Estado”, o *JT* foi lançado em 1966 e representou uma revolução gráfica e editorial no jornalismo. Era um marco da inovação, mas que foi perdendo espaço em meio ao posicionamento de *O Estado de S. Paulo* e da *Folha de São Paulo* como os principais jornais, tanto da capital paulista como do estado e do Brasil. Isso foi objeto de questionamento entre os focas: “Como nos pedem inovação, se deram fim a um dos jornais mais inovadores que o país já teve?”

O que se comentava na redação é que o jornal teve que ser fechado por causa da relutância da diretoria da empresa em reformular o veículo e torná-lo mais popular, adaptando-se ao mercado. O argumento era que “o Grupo Estado não sabia fazer um jornal

popular”. No final da sua trajetória, o *JT* acabava sendo simplesmente um resumo do *Estadão*, em que muitas das matérias publicadas eram oriundas do jornal principal.

Na nossa passagem pelo Grupo Estado, acompanhamos os acontecimentos em torno do fechamento. O rodízio dos focas na redação, pelo qual, divididos por duplas ou trios, passávamos por todas as editorias do jornal e veículos do Grupo Estado, incluía uma semana no *JT*. No entanto, nem todos chegaram a ter essa oportunidade, visto que o jornal acabou no dia 31 de outubro. Meses antes, já circulavam boatos sobre o fechamento do jornal, sustentados por um “passaralho”<sup>39</sup> que aconteceu no veículo pouco antes de seu fim, mas estes não eram confirmados pela diretoria.

Era impressionante o fato de os jornalistas terem ficado sabendo do fim do *JT* por um leitor, que havia ligado para o jornal sem entender o porquê de não poder renovar sua assinatura. Por conta da falta de informações e das incertezas sobre o futuro profissional, os funcionários do *JT* chegaram a ameaçar uma greve, e uma mensagem de Ricardo Gandour foi passada aos funcionários do Grupo Estado afirmando que a diretoria nunca havia discutido o assunto e os boatos não eram verdadeiros. No entanto, não muito tempo depois, o jornal chegou ao fim. Alguns de seus funcionários foram incorporados a *O Estado de S. Paulo*, mas a maioria foi demitida. O *Jornal do Carro*, tradicional suplemento do *JT* que sempre foi uma referência, passou a ser veiculado pelo *Estadão*.

Para nós, que estávamos lá fazendo um curso justamente para nos capacitar para atuar no jornal impresso, assistir ao fim de um jornal tão tradicional foi um incentivo ao pessimismo, pois visualizamos aquele momento como “o que nos espera”, como o futuro da nossa profissão. Alguns de meus colegas acreditam que o jornalismo do futuro não será marcado pelo fim dos jornais, mas pelo firmamento dos grandes, enquanto o destino dos jornais menores tende a ser o mesmo do *JT*. Conforme declarou um dos focas:

O *JT* era um jornal que já havia caído no descrédito do próprio grupo. Isso me impressionou, porque o jornal tinha um nome muito forte, afinal ele foi uma grande referência. Eu sentia que ele estava abandonado, alijado num canto da redação. Quando soube da confirmação de que iria acabar não cheguei a me chocar, mas vi um pilar jornalístico ser destruído. Fiquei chateado porque vi pessoas chorando pelos cantos; havia um clima fúnebre ali. E pensei: hoje foram eles, amanhã pode ser a minha vez. Isso ficou por muito tempo na minha cabeça e ainda permanece.

---

<sup>39</sup> Jargão comum no Jornalismo que significa “demissão em massa”.

Outro foca comentou ter sido marcante o desrespeito com os funcionários do jornal. “A empresa não hesita em demitir. O caso do *JT* foi aviltante. Eu fico pensando em quantos ‘pescoções’<sup>40</sup> esses caras fizeram, em quantos fins de semana foram à redação, quantas pautas difíceis desenrolaram.” Para nós, a crise no jornalismo ficou evidente com o fim do *JT* e as demissões – enquanto estávamos lá, vimos dois “passaralhos”, no *JT* e no *Portal*. Um foca declarou que “a rotatividade nesse mercado está muito grande. Não vejo mais a possibilidade de algum de nós fazer carreira lá dentro - não por falta de mérito nosso, mas porque o mercado não tem cacife para bancar alguém que evolui na profissão”. Outro foca complementou: “A demanda do *Estadão* não é de repórteres. É de leitores.”

#### 4.3.2.3 O *ranking* e o Foco nos Focas

Meus colegas também mencionaram o *ranking* como um aspecto negativo do programa. Durante o curso, ouvimos muitas vezes referências a ele, como se nossas atitudes devessem ser conduzidas exclusivamente pelo objetivo de ficar entre os primeiros lugares. A coordenadora costumava falar como devia ser nossa conduta para obter uma boa avaliação (por exemplo, na melhor forma de balancear o tempo na redação e a dedicação aos exercícios) e não há dúvidas de que era estimulada uma competição entre nós.

Ainda assim, a turma buscava distanciar-se dessa competição, ignorando o pensamento de que éramos todos concorrentes. Um ajudava o outro lendo os textos dos colegas, fazendo sugestões, oferecendo contatos, ajudando com informações. O clima predominante na turma era de amizade e companheirismo, até pelo fato de muitos serem de outras cidades e não conhecerem ninguém em São Paulo. Mas era inevitável a agonia e o estresse a cada avaliação ruim em algum exercício, pois o que ficava na mente era: “Estou mais longe do *ranking*”.

Entretanto, é curioso o fato de que nem sempre o *ranking*, hoje oficial, foi tão explicitado aos focas. Na dissertação de Marques (2011), a autora dá a entender que essa avaliação dos alunos era apenas uma suposição na época em que fez o curso, em 1999:

Embora não fosse uma política explícita, sabia-se – até mesmo por comentários de jornalistas formados em turmas anteriores – que a coordenação do curso mantinha uma espécie de *ranking* dos focas e que as indicações a eventuais vagas de trabalho nos veículos do grupo eram realizadas de acordo com este *ranking*. (MARQUES, 2011:83)

---

<sup>40</sup> Gíria do meio jornalístico que representa o trabalho a mais que os jornalistas têm nas sextas-feiras, preparando o conteúdo a ser publicado no fim de semana.

É interessante observar também que, no e-mail enviado aos participantes da segunda fase de seleção do *Programa de Treinamento da Folha*, é informado que “não há competição nem *ranking* durante o programa. O objetivo é que os participantes colaborem entre si e aprendam o máximo possível”. A afirmação pode justamente ser uma provocação ao treinamento do veículo concorrente, em que o *ranking* é um fator marcante – uma vez que, conforme já explicado, ele é determinante para a contratação dos focas.

Na visão da turma, os critérios estabelecidos para a elaboração dessa classificação são subjetivos e muitos participantes passam a moldar suas matérias para atender a essas exigências. Um dos focas comentou que:

Regras sem sentido como ‘não se deve começar um texto com uma declaração do entrevistado’<sup>41</sup>, são adotadas compulsoriamente pelos jovens repórteres que não querem ter o texto mal avaliado por conta de uma simples preferência pessoal do editor. Existe espaço para contestação, porém os jornalistas convidados para aplicar exercícios incorporam um ar professoral que os torna irredutíveis à argumentação.

Parte dos focas acredita que os critérios do *ranking* não são tão eficientes. O fim do *Jornal da Tarde* mostrou uma fragilidade da classificação: quem passou pelo jornal teve o trabalho inutilizado, no que se refere ao *ranking*. A coordenação alegou à época que a utilização da nota prejudicaria quem não teria a chance de passar pelo *JT*. Assim, os alunos que não passaram pelo veículo tiveram uma semana de folga no “rodízio dos focas”, tendo mais tempo livre para produzirem suas matérias tanto para os exercícios quanto para o caderno especial.

Outro exemplo de problemas relacionados ao *ranking* pôde ser observado em uma das viagens realizadas durante o curso, para o Rio de Janeiro. Os focas deveriam produzir uma reportagem com base nas informações que colhessem durante a viagem. O professor Luiz Carlos Ramos, titular da disciplina que avaliaria o texto, recomendou em aula que todos preparassem suas pautas com antecedência, sem necessariamente ter que falar sobre os locais visitados – as obras do Maracanã e do Porto Maravilha. Para a surpresa de todos, a coordenadora do curso, Carla Miranda, avisou no meio da viagem que as matérias deveriam ser sobre essas visitas. Mais uma vez, as regras não foram iguais para todos: quem se dedicou a falar sobre algum tema diferente (prática incentivada durante o curso) e preparou entrevistas

---

<sup>41</sup> A recomendação de não se iniciar uma matéria com uma declaração entre aspas consta, inclusive, no *Manual de redação e estilo de O Estado de S. Paulo*, organizado e editado por Eduardo Martins. (1990:18)

e informações a respeito teve de começar “do zero” a pesquisa que os focas que já haviam decidido falar sobre o tema haviam iniciado há mais tempo.

Ainda assim, a turma reconhece a importância desse método de seleção, conforme depoimento de um foca:

O *ranking* não é perfeito, mas acho que é o vetor mais acurado para se chegar ao que eles querem, que são os melhores. E o fato é que fomos lá jogar o jogo deles, nós sabíamos que seria daquela forma. Uma coisa é reclamar da mesquinha do “meio almoço”, outra é reclamar de regras que estavam bastante claras desde o processo de seleção. Para mim, o ideal seria adequar o perfil do foca à determinada editoria. Mas, pelo que percebi na turma, a imensa maioria está disposta a pegar qualquer coisa no *Estadão*.

Foi objeto de crítica, todavia, a propaganda feita em torno do programa *Foco nos Focas*, apresentado como se fosse uma oportunidade que deveria ser objeto de desejo de todos nós. A disputa pelo *ranking* era tão incentivada porque eles viam o *Foco nos Focas* como o objetivo de todos ali. De fato, todos os focas têm o desejo de serem contratados pelo *Estadão*, mas também veem o programa como um método de adquirir mão de obra barata (e moldada para ser um profissional do Grupo Estado).

Por envolver um contrato de cinco horas de trabalho por dia, o programa paga abaixo do piso, mesmo sendo de conhecimento de todos que não há um único jornalista na empresa que trabalhe esta quantidade de horas. O que se vê na redação são os focas contratados pelo programa chegando, muitas vezes, de manhã cedo e saindo depois das 23h. Isso é de conhecimento da coordenação do “Focas” e do RH, mas é aceito por conta da mentalidade de que “vida de jornalista é assim mesmo”. Não há hora extra nem banco de horas – o que há é a negociação diretamente com o editor, que costuma dar folga ao jornalista depois de uma rotina de trabalho intensa.

O foca que é chamado para trabalhar convive, ainda, com a incerteza de, após um ano no programa, ser contratado ou não efetivamente como repórter 1. Apesar de eles geralmente continuarem na empresa, existe a possibilidade de não haver vagas. Por conta das condições desvantajosas, o programa *Foco nos Focas* ganhou da turma o apelido pejorativo de “Fode nos Focas”. Na opinião de um dos focas:

O *Foco nos Focas* é uma coisa asquerosa. Porque ninguém trabalha cinco horas por dia e ninguém consegue sobreviver em São Paulo com os 1800 reais (valor médio recebido pelo foca após serem descontados os impostos). É desrespeitoso conosco. Eles já se valeram de nossa força de trabalho gratuitamente por três meses. Se é um dos maiores jornais do Brasil, o salário deve ser compatível com a responsabilidade. Por que temos que ser

submetidos a outra avaliação psicologicamente desgastante por um ano, para, somente então, ganharmos o piso, que já é baixo? Nossa responsabilidade como jornalistas do maior jornal do país é enorme, mas o salário é paupérrimo. Ora, se você joga no Juventus da Mooca seu salário é X, no Palmeiras, 10X, no Barcelona 1000X. Essa lógica deveria ser aplicada ao jornalismo. Eles não estão fazendo favor ao nos contratarem. Se não trabalhar lá, posso ir para outro lugar.”

O incômodo dos meus colegas com o *ranking*, o *Foco nos Focas* e os demais aspectos negativos observados correspondem a uma insatisfação generalizada com a realidade da profissão atualmente. Mas, ainda assim, eles não se arrependem de terem sido um foca do *Estadão*, pois tiveram a chance de conseguir exatamente o que procuravam: uma experiência extremamente relevante para um jornalista iniciante, tanto para agregar valor ao currículo quanto para adquirir aprendizado e prática; uma rede de contatos mais extensa que dificilmente um recém-formado teria por outro meio (fator de extrema importância nessa área de atuação); e, ainda, a oportunidade de discutir o jornalismo e conhecer outros jovens jornalistas de todo o país, fazendo, mais do que contatos profissionais, amigos.



## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Depois de passar três meses e meio fazendo o curso “Focas” e pesquisar sobre os programas de treinamento em jornalismo oferecido por empresas de comunicação a partir de trabalhos de autores com enfoques diferentes, espero ter sido capaz de apresentar uma visão nova acerca do tema. Minha intenção era que, com a minha experiência no curso do Grupo Estado, que procurei viver da forma mais completa possível, eu pudesse discorrer sobre o assunto de uma forma “personalizada”. A colaboração dos meus colegas de turma foi crucial para dar o tom pessoal ao estudo de caso, o qual enfatizo, mais uma vez, que é plenamente opinativo e descritivo.

Acredito que tais cursos de treinamento são de extrema importância para o jornalismo de uma forma abrangente. A contribuição desses programas, na minha visão (e, neste momento, exclusivamente minha) vai além de um “incremento” à formação dos jornalistas iniciantes. Eles são essenciais também para promover a discussão que tentei iniciar aqui, acerca dos rumos do jornalismo, da qualidade dos jornalistas recém-saídos das faculdades, das lacunas que ainda devem ser preenchidas na formação desses profissionais, e até mesmo de como “salvar” o jornalismo da crise, conforme mencionou o diretor de conteúdo do Grupo Estado. E acredito que “salvar” o jornalismo vai muito além de trazer a inovação. Envolve também a adaptação – dos jornalistas e das empresas – ao mercado, às demandas de um novo tipo de consumidor, à tecnologia que, em vez de ser considerada inimiga do “velho jornalismo”, deve ser transformada em aliada. Ainda não aprendemos a fazer isso plenamente, mas estamos no caminho.

Os cursos de treinamento nas empresas de comunicação servem para, além de preparar para o mercado os jornalistas que estão entrando na profissão, suscitar a questão: Por que é necessário preparar de uma forma tão intensa um jornalista que acabou de sair de um curso superior?

Uma das principais justificativas para as empresas realizarem esse tipo de treinamento é a de que o ensino superior não tem a qualidade adequada para formar jornalistas. A maior crítica a um recém-formado é que ele não tem prática e chega à redação sem saber o que fazer. Acredita-se que as faculdades ficam muito restritas aos ensinamentos teóricos, sem preparar o estudante para a “realidade” do jornalismo. E, mesmo em relação à formação teórica, são feitas críticas: diz-se que o jovem formado muitas vezes não sabe escrever um

texto coeso e bem estruturado, tem dificuldade em fazer um bom lide e em identificar a notícia.

Assim, aos programas de treinamento caberia o papel de suprir essas faltas nos jovens jornalistas. Questiono, no entanto, o êxito desses cursos em relação a essa iniciativa. Por mais que, no “Focas”, eu tenha tido aulas com bons profissionais sobre os mais variados temas, além da oportunidade de trabalhar em todas as editorias de um jornal (até participar da seleção do curso, eu nunca havia ao menos visitado uma redação), não posso afirmar que o curso cumpre plenamente o seu propósito.

Fizemos, por exemplo, muitos exercícios de reportagem, mas a falta de orientação era marcante. Espera-se que um curso que se propõe a complementar a formação ineficiente do ensino superior faça mais do que querer que o aluno assista a uma coletiva sem um assunto definido, ande pelo centro de São Paulo à procura de uma matéria ou converse com um vereador sem uma pauta e volte com a notícia. Isso sem nem ao menos receber, antes, uma definição do que é notícia para o Grupo Estado. Não sei se isso está relacionado ao fato de o *Manual de Redação de O Estado de S. Paulo* estar muito desatualizado (por isso mesmo ele não é apresentado para a turma, não é vendido e está sendo reformulado), mas uma das lacunas do curso é uma explicação sobre os critérios de noticiabilidade do Grupo, principalmente pelo fato de raramente sermos pautados adequadamente e termos que supor o que esperam de nós nos exercícios.

As críticas ao ensino superior em jornalismo existem há bastante tempo e não são feitas somente pelas empresas jornalísticas – tanto que foram até usadas como argumento contra a obrigatoriedade do diploma e contribuíram para a decisão do STF. Mas deve-se levar em consideração que a formação do estudante de nível superior não depende só da instituição. Ao contrário, a maior responsabilidade é do próprio aluno. E o que se vê é que, quando são propostas atividades práticas durante a faculdade (ou qualquer tipo de atividade que vá para além da sala de aula), o estudante de jornalismo, muitas vezes, reclama. Na minha visão de universitária, eu digo que os alunos (e não apenas de jornalismo) estão muito preguiçosos. E muitos se fazem valer da justificativa de ter várias tarefas ao mesmo tempo (estágio, cursos, outra graduação) para alegar não poder ir para a rua fazer uma reportagem e entregar no dia seguinte, por exemplo.

Ou seja, os cursos de treinamento das empresas querem suprir os desfalques do ensino superior, mas não necessariamente levam em consideração os desfalques do próprio estudante de jornalismo, do indivíduo. Isso acontece não apenas porque ele é preguiçoso e atarefado,

mas também porque, muitas vezes, ele não sabe bem por que está naquela profissão. A maioria decide o curso que vai fazer na faculdade ainda com dúvidas (até porque não é uma tarefa fácil decidir com 17 anos o que se vai fazer pelo resto da vida). O resultado é que muitos acabam escolhendo o jornalismo não por realmente quererem seguir aquela carreira, mas porque querem um diploma, ou “gostam de escrever” etc.

Além disso, critica-se o ensino superior em jornalismo, mas também não se sabe ao certo o que esperar dele. Essa questão foi levantada ao longo deste trabalho. Ora afirmam que falta uma abordagem mais prática nas faculdades, ora se diz que estas deveriam se preocupar em fornecer um bom embasamento teórico em vez de tentar ensinar a técnica ao estudante, porque este chega à redação sem uma base de conhecimentos de filosofia, ética, política, cultura.

Eu, como uma universitária prestes a se formar e uma foga recém-formada, afirmo que a faculdade de jornalismo foi essencial para a minha formação, mas, ainda assim, eu não me senti tão preparada quanto deveria neste fim da graduação. Ao mesmo tempo, o curso do *Estadão* foi importante enquanto porta de entrada na profissão que, sem dúvidas, seria mais difícil sem ter participado do programa, e foi a forma de eu ter contato com a realidade do jornalismo. Mas também não obtive tudo que esperava conseguir com o curso: acredito que a falta de orientação prejudicou meu desempenho (apesar de me preparar, de certa forma, para um futuro em que provavelmente isso vai acontecer com frequência), fui pouco para a rua fazer matérias e não tive um ensinamento adequado de como buscar e encontrar boas pautas, por exemplo.

Procurei, neste trabalho, abordar esta e outras questões, como a do papel desses cursos em meio à crise do jornalismo, mas é evidente que a discussão não está finalizada. Muito ainda deve ser pesquisado e debatido para que se possa buscar respostas definitivas para o assunto – se é que elas existem, uma vez que as transformações nesse campo são contínuas e cada vez mais velozes. Ainda que ninguém possa responder com certeza qual é o destino do jornalismo e como estará esse meio daqui a dez anos, é certo que a discussão não pode parar. E que a nossa capacidade de adaptação e inovação – de todos que atuam nessa área, mas principalmente de nós, jornalistas que estão entrando agora na profissão – vai influir diretamente nesse destino.

Procurei transpor as discussões que tivemos ao longo dos três meses e meio de curso para este trabalho. E uma conclusão é que, por mais que existam muitas falhas a serem corrigidas no ensino superior de jornalismo, na profissão propriamente dita e nos programas

de treinamento das empresas, a última conduta que devemos ter é de aceitação. Se as condições de trabalho e a valorização da profissão estão muito aquém do adequado, não podemos nos limitar ao pensamento cômodo de que “vida de jornalista é assim mesmo”. Somos responsáveis pela informação e, conseqüentemente, pelo juízo de valor, reflexões e opiniões da sociedade. É um trabalho que, por mais que o tempo passe e o mundo mude, continua representando um enorme poder e responsabilidade – e talvez seja isso que mantém nossa paixão pelo ofício. Portanto, o nosso valor como profissionais deve corresponder ao valor do que produzimos.

Convivendo com 29 colegas na mesma situação que eu – iniciantes em uma profissão sem saber bem quais rumos seguir – pude perceber que, mesmo com as adversidades, eles querem continuar no caminho que optaram, às vezes, quando ainda aprendiam a escrever. Ainda que eles estivessem desanimados com as perspectivas, não tinham a intenção de desistir. Por mais que tenhamos assistido, ao vivo, ao fim de um jornal, queremos ver o renascimento do jornalismo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à internet. -2ª ed. rev. e ampl -. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.

FAUSTO NETO, Antônio. Novas exigências de formação. In: **Estudos em jornalismo e mídia**, número 2, ano VI, 2009. P.149 – 159.

LAGE, Nilson. A bolha ideológica e o destino do jornalismo. In: **Alceu**, número 3, v. 2, 2001. P. 40 – 53.

LOBO, Rodrigo Gomes. **Processo de socialização em jornalismo**: adestrando “focas” ou treinando *trainees*. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social). São Paulo: Universidade de São Paulo, 2010.

LUZ, Andréa Aparecida da. Para que servem os cursos de jornalismo? In: **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, número 2, v.33. São Paulo: Intercom, 2010. P. 259 – 262.

MACHADO, Elias. Dos estudos sobre o jornalismo às teorias do jornalismo - três pressupostos para a consolidação do jornalismo como campo de conhecimento. In: **E-compós – Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, número 1, 2004.

MARQUES, Cristina Charão. **O sujeito jornalístico em formação**: uma proposta para compreender o ensino-aprendizagem do gênero jornalismo. Dissertação (Mestrado em Letras). Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011.

MARTINS, Eduardo (org.). **Manual de redação e estilo**. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1990.

OLIVEIRA, Michelle Roxo de. **O problema do lugar de treinamento e da autoridade do conhecimento no jornalismo** (artigo). São Luís: VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor, 2010.

PEIXOTO, Fernanda. “Os anos 80, o novo jornalista e a imprensa no Brasil”. In: **Estudos de Sociologia**, número 4. São Paulo: Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, 1998.

PIMENTA, Edward (coord.). **30º Curso Abril de Jornalismo – Manual Prático**. São Paulo: Grupo Abril, 2013. Disponível em: [http://issuu.com/cursoabrildejornalismo/docs/livreto\\_caj\\_2013\\_final](http://issuu.com/cursoabrildejornalismo/docs/livreto_caj_2013_final). Acesso em 28 de janeiro de 2013.

QUEIROGA, Tony. Transformações no saber-fazer dos jornalistas a partir do digital: reflexos na formação profissional. In: **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, número 7, v.1. Ponta Grossa, 2010. P.31 – 49.

RELATÓRIO. **22ª edição do Curso Intensivo de Jornalismo Aplicado do Estado**. 2012.

RELATÓRIO (sem revisão). **Íntegra do voto de Gilmar Mendes sobre a exigência do diploma para jornalista**. In: [http://media.folha.uol.com.br/brasil/2009/06/17/diploma\\_jornalismo.pdf](http://media.folha.uol.com.br/brasil/2009/06/17/diploma_jornalismo.pdf). 2009. Acesso em 22 de janeiro de 2013.

TEIXEIRA, Nísio (org.). **Mapeamento dos programas de treinamento nas empresas de comunicação em 2012** – uma relação necessária: academia e mercado. São Paulo: Itaú Cultural, 2012.

WOLF, Mauro. **Teoria das comunicações de massa**. – 4ª ed. – São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.

#### **Websites**

CARTA CAPITAL - <http://www.cartacapital.com.br/>

CURSO ABRIL DE JORNALISMO - <http://cursoabril.com.br/>

ESTADÃO - <http://www.estadao.com.br/>

ESTADÃO ACERVO - <http://acervo.estadao.com.br/>

ESTADÃO TALENTOS - <http://www.estadao.com.br/talentos>

G1 - <http://g1.globo.com>

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA - <http://www.observatoriodaimprensa.com.br>

PROGRAMA DE TREINAMENTO DA FOLHA DE SÃO PAULO -

<http://www1.folha.uol.com.br/treinamento/>